

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.04.2023 12:55:26
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Новолжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН

основной профессиональной образовательной программы высшего образования -
программы бакалавриата

Направление подготовки:
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы бакалавриата:
МАРКЕТИНГ

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: **очная, очно-заочная**

Б.1.О.01.01. История (история России, всеобщая история)

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует знание историко-культурного развития человека и человечества, основные закономерности взаимодействия человека и общества, основы межкультурного взаимодействия УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения	Знает: факты, явления, процессы, понятия, теории, гипотезы, характеризующие целостность исторического процесса; основные закономерности социально-исторического развития общества и особенности его культурного многообразия Умеет: анализировать развитие и современное состояние общества на основе представлений об общих закономерностях исторического процесса Владеет: навыками проведения анализа современного состояния общества в социально- историческом контексте

Краткое содержание дисциплины:

Основные цивилизации Древнего мира
Средневековье как этап всемирной истории. Основные цивилизации средневековья
Проблема происхождения славян и образования древнерусского государства
Русь между Европой и Азией в период феодальной раздробленности и ее преодоления
От Ивана Грозного до царевны Софьи: Русское государство на пути к абсолютизму
XVIII век и "эпоха Просвещения" в европейской и российской истории
Россия и ми в XIX веке
XX век - век мировых войн, борьбы политических идеологий и противостояния политических систем
Конец XX и XXI век - время поиска решений глобальных проблем

Б.1.О.01.02. Философия

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности	Знает: основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; основные проблемы, теории и методы философии, содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития Умеет: использовать философский понятийно-категориальный аппарат, основные принципы философии в анализе и оценке социальных проблем и процессов, тенденций, фактов, явлений в их возможном прогнозировании Владеет: навыками формулирования своих мировоззренческих взглядов и принятия комплексных решений поставленных задач
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует знание историко-культурного развития человека и человечества, основные закономерности взаимодействия человека и общества, основы межкультурного взаимодействия УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения	Знает: основные этапы развития мировой философской мысли; особенности мировых религий, основных философских и этических учений; основы межкультурного разнообразия общества в этическом и философском контекстах Умеет: толерантно воспринимать культурное многообразие общества в этическом и философском контекстах Владеет: приемами применения принципов, законов и категорий, необходимых для оценки и понимания современного состояния общества в этическом и философском контекстах

Краткое содержание дисциплины:

Пропедевтика. Философия как система знаний и тип мировоззрения

Историко-философские очерки

Проблемы бытия

Философия познания

Научное познание

Философия человека

Социальная философия

Проблемы земной цивилизации и будущее человечества

Б.1.О.01.03. Иностранный язык

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК 4.3. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей	Знает: общеупотребительную лексику и специальную терминологию, достаточную для общения как в рамках широкого спектра общих тем, так и тем, относящихся к сфере учебных и профессиональных интересов Умеет: осуществлять речевое взаимодействие на иностранном языке по личной, социальной, учебной и профессиональной тематике; вести деловую переписку в рамках уровня поставленных задач; выполнять перевод текстов научного и публицистического стиля Владеет: приемами эффективных коммуникаций на иностранном языке, в т.ч. с применением цифровых средств

Краткое содержание дисциплины:

Практическая грамматика английского языка

Формы глаголов в английском языке

Грамматические навыки в устной речи в английском языке

Грамматика английского языка

Лингвострановедение

Иностранный язык в письменной коммуникации

Сферы общения:

Иностранный язык в ситуациях межличностного общения

Иностранные языки в социально-бытовой сфере общения

Иностранные языки в профессиональной сфере общения

Б.1.О.01.04. Русский язык и культура речи

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК 4.3. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей	Знает: нормы русского языка и основы культуры речи; особенности межкультурной коммуникации; Умеет: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском языке, в т.ч. с использованием цифровых средств Владеет: системой норм русского литературного языка

Краткое содержание дисциплины:

Основные составляющие русского языка. Язык и речь. Специфика устной и письменной речи. Понятие о нормах русского литературного языка. Виды норм.

Основные требования к культурной речи.

Функциональные стили речи. Специфика и жанры каждого стиля. Лексика. Использование в речи выразительных средств. Лексические нормы языка.

Фразеология. Типы фразеологических единиц. Использование в речи фразеологических единиц.

Орфоэпия. Фонетика. Графика.

Орфография. Морфемика. Синтаксис

Акцентологические нормы русского языка

Согласование слов в предложении. Точность речи

Основы фонетики русского языка

Тропы русского языка

Особенности межкультурной коммуникации

Б.1.О.01.05. Безопасность жизнедеятельности

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИУК 8.1. Предпринимает необходимые действия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов ИУК-8.2. Обеспечивает безопасные условия труда на рабочем месте, в том числе с помощью средств защиты, а также безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества	Знает: принципы обеспечения безопасного взаимодействия человека со средой обитания и рациональные условия деятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; назначение индивидуальных и коллективных средств защиты; средства и приёмы оказания первой медицинской само- и взаимопомощи; нормы и правила охраны труда и техники безопасности Умеет: принимать эффективные управленческие, административные, организационные и технические решения при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте. Владеет: методами поддержания в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности

Краткое содержание дисциплины:

Понятие об экологическом кризисе и концепции устойчивого развития, направленного на сохранение природной среды.

Безопасные условия жизнедеятельности и охрана окружающей природной среды.

Современный комплекс проблем безопасности социального характера. Угрозы национальной безопасности России. Национальные интересы России, обеспечивающие устойчивое развитие общества.

Безопасность в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени. Методы противодействия терроризму и экстремизму, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов.

Охрана труда. Правовые и организационные вопросы ОТ.

Основы физиологии труда и комфортные условия жизнедеятельности. Микроклимат, поддержание безопасных условий жизнедеятельности

Гигиена труда и производственная санитария. Основы электробезопасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности.

Основные составляющие здорового образа жизни. Здоровьесберегающие технологии в повседневной жизни и профессиональной деятельности.

Б.1.О.01.06. Экономика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики	Знает: основные понятия и модели макро- и микроэкономики Умеет: анализировать и оценивать социально-экономическую информацию; проводить исследование социально-экономических проблем Владеет: навыками оценки экономической эффективности выбранного метода решения задачи
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами ИУК-10.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Знает: базовые принципы функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами Умеет: решать социально-экономические и профессиональные задачи Владеет: методами личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей; навыками оценивания и управления экономических и финансовых рисков

Краткое содержание дисциплины:

Введение в экономику. Предмет, метод и основные понятия экономической науки
Микроэкономика. Рыночный механизм и виды рынков. Спрос, предложение и рыночное равновесие. Рынки факторов производства

Макроэкономика. Национальная экономика и макроэкономические показатели. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная система. Государственное регулирование экономики

Налоговая система Российской Федерации

Финансовые инструменты

Ценообразование

Управление личными и семейными финансами

Б.1.О.01.07. Сервисная деятельность

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.03. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики	Знает: теоретические основы сервисной деятельности и формирования сервисного продукта с использованием клиентоориентированных технологий Умеет: обосновать технологии реализации сервисной деятельности Владеет: методами сбора информации для осуществления функции управления сервисной деятельностью и ее оценки
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: основные методы предоставления услуг и форм обслуживания; основы клиентоориентированной коммуникации Умеет: применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания Владеет: методами выявления потребностей потребителя в процессе сервисной деятельности; приемами обслуживания в процессе сервисной деятельности

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические аспекты сервисной деятельности

Исторические аспекты сервисной деятельности

Сущность услуги как специфического продукта. Изучение потребностей человека как основа формирования сервисной деятельности

Организация обслуживания потребителей услуг

Понятие контактной зоны сервисных предприятий. Психологическая и этическая культура сервиса

Правовые аспекты сервисной деятельности. Защита прав потребителя

Качество в сервисной деятельности. Сервисные гарантии. Стандартизация и сертификация услуг как инструмент обеспечения их качества. Лицензирование видов деятельности. Стандарты обслуживания как внутренняя форма контроля качества услуг и обслуживания на предприятиях сервиса.

Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания

Новые технологии в сфере услуг. Информационный сервис. Интернет-сервис в современном обществе. Прогрессивные формы обслуживания. Разработка и создание новых видов услуг.

Б.1.О.01.08. Правоведение и противодействие коррупции

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. Умеет: использовать нормативно-правовую документацию для определения круга задач в рамках поставленной цели в сфере профессиональной деятельности; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций с позиций правовых норм Владеет: навыками работы с нормативно-правовой документацией при определении круга задач в рамках поставленной цели
УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-11.1. Демонстрирует знания основ правовых норм о противодействии коррупционному поведению ИУК-11.2. Использует законодательные и другие нормативные правовые акты, обеспечивающие борьбу с коррупцией, в различных областях жизнедеятельности; соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Знает: причины и проявления коррупционных нарушений, источники экстремизма и правовые механизмы противодействия коррупции и экстремизму, меры ответственности за соответствующие нарушения. Умеет: использовать нормативно-правовую документацию, обеспечивающую борьбу с коррупцией и экстремизмом, в различных областях жизнедеятельности Владеет: навыками общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции и экстремизму

Краткое содержание дисциплины:

Общетеоретические основы конституционного права и учения о конституции. Конституционные основы устройства государства и общества.

Общие положения гражданского права. Физические лица в гражданском праве. Юридические лица в гражданском праве

Трудовое право

Административное право

Уголовное право

Семейное право

Право интеллектуальной собственности, авторское, патентное право

Коррупция и экстремизм как социальные явления в современном обществе.

Правовой механизм противодействия коррупции

Б.1.О.01.09. Социальная психология и педагогика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: психолого-педагогические основы социального взаимодействия; основные психологические концепции личности, группы, конфликта Умеет: использовать психологический и педагогический понятийно-категориальный аппарат в профессиональной деятельности Владеет: навыками самонаблюдения и психологической саморегуляции; эффективной межличностной коммуникации
УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	ИУК-9.1. Демонстрирует знания базовых принципов дефектологии, эмпатии и психологической поддержки ИУК-9.2. Осуществляет взаимодействие с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами на основе гуманистических ценностей	Знает: базовые принципы дефектологии, эмпатии и психологической поддержки Умеет: взаимодействовать с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами на основе гуманистических ценностей Владеет: навыками использования базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах

Краткое содержание дисциплины:

Психология как наука. Психология личности.

Психология группы.

Психология конфликта.

Методологические и дидактические основы педагогики. Понятие педагогики. Объект, предмет, задачи и функции педагогики. Методы педагогики. Основные категории педагогики (воспитание, образование, обучение, педагогическое взаимодействие, педагогическая деятельность, педагогическая технология, педагогическая задача).

Дефектология как отрасль педагогической науки. Понятие коррекции в дефектологии. Социальная реабилитация и социальная адаптация в дефектологии. Государственная система коррекционной поддержки и социальной защиты людей с ограниченными возможностями здоровья.

Б.1.О.01.10. Физическая культура и спорт

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.01. Универсальный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК.7.1. Демонстрирует знание основ здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологий, физической культуры ИУК-7.2. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования ИУК 7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.	Знает: о роли физической культуры личности для формирования мотивационно-ценностного отношения к здоровому образу жизни Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками физического совершенствования и самовоспитания

Краткое содержание дисциплины:

Основы теории физической культуры. Методические основы занятий физической культурой и спортом.

Медико-биологические основы физической культуры. Психофизиологические аспекты адаптации человека. Физиологические и биохимические основы физической культуры

Самостоятельные занятия физическими упражнениями. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями. Самоконтроль в процессе занятий. здоровый образ жизни студента

Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе.

Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста. Профессионально прикладная физическая подготовка будущих специалистов.

Спорт как социальное явление. Структура и социальные функции спорта

Для инвалидов и лиц с ОВЗ установлен особый порядок освоения дисциплины Физическая культура и спорт.

Б.1.О.02.01. Деловое общение и бизнес-коммуникации

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.02. Модуль Soft Skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: теоретические основы коммуникационного процесса в организации; вербальные и невербальные средства взаимодействия Умеет: осуществлять социальное взаимодействие в процессе профессионального общения Владеет: методами эффективного воздействия на собеседника; приемами организации взаимодействия при работе в команде
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК 4.3. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей	Знает: принципы и логику организации делового общения и бизнес-коммуникации Умеет: осуществлять деловое общение с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях Владеет: методами отбора форм, средств и приемов коммуникации, адекватных планируемым результатам делового общения

Краткое содержание дисциплины:

Коммуникация: базовое понимание, основные подходы и модели. Комплексные и интегрированные коммуникации.

Понятие и основные характеристики деловой коммуникации.

Культура и способы коммуникации. Коммуникативная функция культуры

Коммуникация в деловой сфере. Деловое и межличностное общение в организациях. Вербальная и невербальная коммуникация. Понятие организационной культуры. Коммуникации в командах

Культура делового общения. Деловое общение и бизнес-коммуникации.

Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций. Сущность психологии делового общения. Психотехнологии взаимодействия с собеседником. Психодиагностика личности. Спор, дискуссия, полемика. Происхождение и психологические особенности

Деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия.

Деловые переговоры: подготовка и проведение

Связи с общественностью. Деловое общение с прессой и средствами СМИ.

Атрибуты бизнес-коммуникаций. Имидж делового человека.

Технологии самопрезентации

Б.1.О.02.02. Конфликтология

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.02. Модуль Soft Skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: основные закономерности и формы регуляции конфликтного поведения; принципы командной работы, в том числе в трансформирующейся бизнес-среде; основные закономерности и формы регуляции конфликтного поведения Умеет: находить организационно-управленческие решения в конфликтных ситуациях, аргументировано отстаивать собственное мнение, способное привести к решению профессиональных задач; осуществлять традиционные и цифровые формы социального взаимодействия в целях обеспечения сотрудничества в решении социальных и профессиональных задач Владеет: навыками профилактики, разрешения и урегулирования конфликтных ситуаций, в том числе с применением информационных технологий

Краткое содержание дисциплины:

Конфликтология как наука. История становления и развития конфликтологии.
Общая характеристика конфликта.
Структура и динамика конфликта.
Внутриличностный конфликт. Межличностный конфликт. Групповой конфликт.
Личность в конфликтном взаимодействии.
Стратегии поведения личности в конфликте.
Общение с конфликтными личностями.
Управление конфликтами и технологии их разрешения.
Технологии управления конфликтным взаимодействием.
Специфика конфликтных ситуаций в различных сферах.

Б.1.О.02.03. Технологии самоорганизации и саморазвития

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.02. Модуль Soft Skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни	Знает: суть компетенций Soft Skills; их роль в профессиональном и личностном становлении; способы оптимизации интеллектуальной деятельности в процессе обучения Умеет: оценивать компетенции Soft Skills при решении кейсовых заданий; использовать информационно-коммуникационные технологии для самообразования и учебного взаимодействия; использовать ресурсы университета в целях оптимизации собственной учебной деятельности Владеет: навыками самоорганизации и саморазвития; навыками управления собственным временем; приемами реализации интерактивного взаимодействия в открытом информационном образовательном пространстве

Краткое содержание дисциплины:

Soft Skills: что это за навыки и как их развить.

Самооценка развития ключевых навыков и умений. Построение дорожной карты развития компетенций Soft Skills.

Методы развития Soft Skills.

Адаптация к условиям высшего образования. История и традиции Университета. Структура университета. Организация учебной деятельности: учебный процесс, рейтинговая система, перевод на бюджет, отчисление и восстановление

Основные этапы и компоненты образовательного процесса. Возможности выбора индивидуальной образовательной траектории в Университете. Балльно-рейтинговая система.

ЭИОС университета. Настройка профиля. Электронное портфолио. Электронные учебные курсы. Массовые открытые онлайн-курсы (МООК). Платформы онлайн-курсов.

Технологии личностного развития. Тайм-менеджмент как система. Инструменты самомотивации. Профессионально-личностная траектория.

Б.1.О.02.04. Управление карьерой

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.02. Модуль Soft Skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни	Знает: требования рынка труда и предложения образовательных услуг Умеет: анализировать рынок труда; выстраивать траектории собственного профессионального роста с учетом этого анализа Владеет: навыками целеполагания и планирования профессиональной карьеры

Краткое содержание дисциплины:

Понятие рынка труда Способности и профессиональная пригодность.

Основные навыки общения, техника и технология поиска работы. Трудности в процессе поиска работы.

Психологическая и техническая подготовка к поиску работы.

Самомаркетинг.

Эффективное резюме: правила составления и оформления.

Собеседование. Устройство на работу и адаптация в коллективе.

Организация карьеры

Карьерная платформа "Факультетус"

Б.1.О.03.01. Введение в цифровую культуру

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы (Б.1.О.03. Модуль digital skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности	Знает: цифровые инструменты поиска, обработки и хранения информации Умеет: воспринимать информацию, самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения задач информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать ее Владеет: методами сбора, обработки и интерпретации полученной информации, используя современные информационные технологии и прикладные аппаратно-программные средства, методами защиты, хранения и подачи информации
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИОПК-5.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности	Знает: цифровые компетенции и технологии, используемые в образовательной и профессиональной деятельности; технические основы решения поставленных задач посредством цифрового инструментария Умеет: применять цифровые технологии в качестве инструмента, повышающего уровень усвоения учебно-методических и научных материалов Владеет: навыками практического использования информационных технологий при решении задачи учебной и профессиональной деятельности
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных с помощью сквозных технологий	Знает: принципы создания информации в цифровой форме и ее использование в информационных процессах Умеет: Использовать электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и социально-экономической статистики Владеет: навыками работы с разными поисковыми системами

Краткое содержание дисциплины:

Цифровая экономика. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Цифровая грамотность. Цифровая культура. Цифровые компетенции. Цифровое потребление: социальные сети, цифровое правительство, образовательные услуги, сетевые профессиональные сообщества, облачные технологии

Цифровые компетенции коммуникации и кооперации в цифровой среде. Культура Интернет-коммуникаций. Законодательное регулирование коммуникаций в цифровой среде Государственный контроль за распространением информации в цифровой среде.

Федеральные законы № 152-ФЗ «О персональных данных» и № 63-ФЗ "Об электронной подписи". Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.

Цифровая личность. Кибербуллинг. Цифровая этика.

Цифровые компетенции хранения и обработки данных. Компьютерные системы хранения, редактирования и обработки информации (текстовой, графической, табличной). Компьютерные системы редактирования текстовой информации: Обзор существующих пакетов. Приемы работы в текстовых процессорах на примере MS Word. Использование возможностей электронных таблиц Excel. Базы данных: Понятие базы данных. Структура (модели) баз данных. СУБД Access.

Поиск информации в интернете и её проверка на достоверность. Скачивание, хранение и распространение информации. Защита цифровых устройств. Компьютерные вирусы.

Цифровой офис, мобильный офис, облачный офис: возможности, функции и особенности использования. Технологии хранения и обработки больших данных. Цифровой след. Сервисы для создания веб-сайтов. Основы создания собственного сайта.

Цифровые компетенции эффективного пользования технологиями. Цифровые технологии поиска и сбора информации. QR-коды и их использование в цифровом мире. Интеллектуальный Web. Технологии виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Интернет вещей. Цифровые устройства, умный дом. Искусственный интеллект. ВМ-технологии и цифровые двойники. Технологии блокчейн. Криптовалюта.

Цифровая безопасность. Технологии анализа цифрового следа. Защита персональных данных. Авторское право. Защита от несанкционированного доступа. Защита от утери, повреждения данных.

Б.1.О.03.02. Основы программирования на Python

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы (Б.1.О.03. Модуль digital skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.2. Различает принципы работы бизнес-ориентированных языков программирования с учетом их преимуществ, недостатков, сфер применения ИОПК-6.3. Обосновывает и выбирает информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	Знает: возможности современной работы бизнес-ориентированных языков программирования; основные конструкции современного языка программирования на примере Python Умеет: на практике составить программу для выполнения поставленной аналитической задачи Владеет: навыками использования современных технологий программирования

Краткое содержание дисциплины:

Введение в среду программирования Python

Управляющие конструкции ходом выполнения программ в Python.

Пользовательские функции и основы функционального программирования в Python.

Модульное программирование. Стандартные и нестандартные модули Python.

Численные методы. Работа с текстом и строками.

Б.1.О.03.03. Python для анализа данных

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы (Б.1.О.03. Модуль digital skills).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности ИОПК-5.3. Умеет анализировать массивы больших данных с использованием современных программных средств	Знает особенности разработки прикладных программ на языке Python; принципы разработки собственных модулей и библиотек; специализированные библиотеки для анализа данных. Умеет: разрабатывать прикладные программы на языке программирования Python Владеет: практическими навыками использования набора библиотек языка Python для прикладных задач в области анализа данных

Краткое содержание дисциплины:

Обработка данных.

Массивы и векторные вычисления.

Построение графиков и визуализация данных

Специализированные библиотеки Python для анализа данных.

Б.1.О.03.04. Информатика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ИОПК-5.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности	Знает: сущность и значение информации в развитии общества, законы и методы накопления, передачи и обработки информации с помощью компьютера; современные информационные технологии, основы функционирования глобальных сетей. Умеет: дифференцированно использовать современные информационные технологии и программные средства согласно специфике решаемых профессиональных задач Владеет: навыками применения современных информационных технологий (в том числе и цифровых) и программных средств при решении профессиональных задач
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных с помощью сквозных технологий	Знает: алгоритмы работы различных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в глобальной сети Интернет Умеет: реализовывать алгоритмы различных поисковых систем с учетом развития сквозных технологий Владеет: навыками поиска информации в области профессиональной деятельности с использованием различных источников. Соблюдения требований информационной безопасности, использования компьютера как средства управления информацией, использования информации, полученной из сети Интернет.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации.

Модели решения функциональных и вычислительных задач.

Алгоритмизация и программирование.

Программное обеспечение и технологии программирования.

Языки программирования высокого уровня.

Технические и программные средства реализации информационных процессов.

Базы данных

Локальные и глобальные компьютерные сети ЭВМ.

Основы защиты информации и сведений.

Методы защиты информации.

Б.1.О.04.01. Математика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности	Знает: основные понятия математики; методы решения задач, методы сбора, анализа и обработки информации Умеет: обрабатывать экспериментальные данные; содержательно интерпретировать полученные количественные результаты Владеет: навыками работы со специальной математической литературой

Краткое содержание дисциплины:

Теория пределов
Дифференциальные исчисления
Основные понятия и теоремы.
Интегральное исчисление
Комплексные числа
Линейная алгебра
Векторная и аналитическая геометрия
Функции нескольких переменных
Дифференциальные уравнения
Теория рядов
Элементы теории множеств
Элементы теории графов
Элементы математической логики

Б.1.О.04.02. Теория вероятностей и математическая статистика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности	Знает: основные понятия и методы теории вероятностей и математической статистики Умеет: применять методы теории вероятностей и математической статистики в экспериментальных исследованиях Владеет: навыками применения методов теории вероятностей и математической статистики для анализа и построения математических моделей различных прикладных задач

Краткое содержание дисциплины:

Аксиоматика теории вероятностей.

Случайные величины, их распределение и числовые характеристики.

Математическая статистика.

Б.1.О.04.03. Теория систем и системный анализ

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	Знает: закономерности функционирования и развития социально-экономических систем, основы системной организации и управления Умеет: учитывать на практике при принятии обоснованных экономических и управленческих решений проявление закономерностей иерархической упорядоченности систем Владет: навыками выявления причин возникновения системных кризисов, построения различных видов и типов связей в системе
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торговой-экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении оперативных и тактических задач в торговой-экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах	Знает: основные положения и базовые понятия теории систем для описания экономических и финансовых процессов Умеет: применять системный анализ в исследовании экономической информации и теоретических моделей при решении оперативных и тактических задач в торговой-экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой сферах Владет: навыками моделирования торговой-экономической, торговой-организационной, торговой-технологической и административно-управленческой деятельности
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгового-экономических процессов	ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	Знает: методологию и методику проведения системного анализа торгово-экономических процессов Умеет: применять методы системного анализа торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне Владет: навыками проведения системного анализа и содержательного объяснения природы торгово-экономических процессов

Краткое содержание дисциплины:

Системы и закономерности их функционирования и развития. Классификация систем.

Основные структурно-логические элементы теории систем: цель, средство, критерий, модель, решение. Структуры целей. Дерево целей.

Логика и методология системного анализа: цель и задачи, принципы, содержание этапов системного анализа.

Теория моделирования систем: общая схема процесса, классификация моделей и уровни моделирования. Классификация методов системного анализа.

Математическое моделирование: схема процесса, виды математических моделей.

Имитационное моделирование.

Методы, направленные на активизацию интуиции и опыта лиц, принимающих решения.

Модели типа «черный ящик», состава и структуры.

Информационный подход к анализу систем.

Методики проведения системного анализа

Применение системного анализа.

.

Б.1.В.04.04. Менеджмент

Дисциплина относится к обязательной части Блока 4. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.04 Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: ключевые теоретические положения и инструменты реализации социального взаимодействия и командной работы при реализации функций управления организацией; основные инструменты управления конфликтами и стрессами Умеет: использовать различные инструменты эффективного взаимодействия с членами команды, в том числе в цифровой среде, для преодоления причин разногласий, конфликтов и стрессов Владеет: навыками реализации роли менеджера в команде и эффективных коммуникаций в управленческом цикле

Краткое содержание дисциплины:

Основы управления организацией: сущность, цели и задачи, категории, законы и закономерности, принципы.

Организация как объект менеджмента. Структура сред организации. Законы организации.

Управление как функциональный и информационный процесс. Цикл менеджмента.

Содержание функции планирования. Формы и виды планов в системе менеджмента. Этапы процесса планирования.

Организационные структуры управления: характеристика и проектирование. Департаментация и делегирование, распределение полномочий и ответственность. Координация в управленческом процессе.

Корпоративная культура организации.

Содержание функции мотивации. Содержательные и процессуальные концепции и теории мотивации.

Содержание функции контроля и его виды. Этапы процесса контроля и его эффективность. Специфика контроля и контроллинга.

Система методов управления.

Стиль руководства и эффективное управление организацией.

Принятие управленческих решений: классификация, процесс.

Коммуникации в управленческом процессе.

Групповая динамика. Основные теории лидерства. Формальные и неформальные группы и их характеристика. Управление конфликтами и стрессами: виды и причины возникновения, стратегии преодоления.

Формы власти и влияния, их классификация. Сильные и слабые стороны основных аспектов власти. Руководство и партнерство.

Самоменеджмент. Ортобиоз и его слагаемые. Деловое общение. Управленческое общение.

Б.1.О.04.05. Теория управления информацией

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	Знает: базовые принципы управления информацией и человеческими ресурсами, задействованными в данном процессе Умеет: решать задачи устойчивого функционирования и дальнейшего развития бизнес-процессов на основе использования актуальной и достоверной информации Владет: методами реализации базовых принципов устойчивого функционирования и дальнейшего развития бизнес-процессов на основе использования актуальной и достоверной информации
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов	Знает: категорийный аппарат экономики и управления информацией; основные источники ее сбора для описания протекающих в организации бизнес-процессов Умеет: использовать категорийный аппарат экономики и управления информацией для описания протекающих в организации бизнес-процессов, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов Владет: категорийным аппаратом экономики и управления информацией и навыками поиска и использования источников научных знаний и экономической информации для описания торгово-экономических, торгово-организационных, торгово-технологических и административно-управленческих процессов
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	Знает: сущность, природу и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе Умеет: критически переосмысливать текущие социально-экономические проблемы Владет: навыками анализа торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне

Краткое содержание дисциплины:

Управление информацией – технология организации управленческой деятельности.
Профильные компетенции информационного менеджера.

Функции управления информацией: планирование, организация, мотивация, контроль.

Современные информационные технологии и системы в экономике.

Корпоративные информационные системы.

Внедрение информационных систем и оценка экономической эффективности применения информационных технологий в деятельность предприятия.

Б.1.О.04.06. Мировая экономика и международные экономические отношения

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	Знает: основные методы оценки индикаторов мирохозяйственной деятельности Умеет: оформлять аналитические материалы по результатам выполненной работы Владеет: современными технологиями управления в сфере мировой экономики и международного бизнеса
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической науки, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов	Знает: теоретические основы функционирования мировой экономики, сущность и формы осуществления международных экономических отношений; основные законы развития экономики и механизмы функционирования и регулирования мирового хозяйства Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на мировом уровне; выявлять и анализировать основные тенденции развития экономики России и стран мира Владеет: понятийным аппаратом экономической теории и основными методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	Знает: основные законы развития экономики и механизмы функционирования и регулирования мирового хозяйства Умеет: выявлять и анализировать основные тенденции развития экономики России и стран мира Владеет: навыками самостоятельного проведения анализа на основе информации о состоянии отдельных сфер экономики

Краткое содержание дисциплины:

Мировая экономика: эволюция, сущность, структура. Основные этапы формирования и развития мировой экономики. Субъекты мировой экономики. Система показателей развития стран мировой экономики

Международное разделение труда как материальная основа развития мирового хозяйства: Международная специализация производства. Сущность международного

кооперирования производства. Интернационализация хозяйственной деятельности, процесса воспроизводства капитала: концентрация, централизация капитала.

Интернационализация и глобализация хозяйственной жизни как важнейшая тенденция и закономерность развития мировой экономики.

Основные модели экономического развития стран и регионов мира и национальные конкурентные преимущества. Показатели оценки уровня экономического развития стран. Классификации стран по экономическому потенциалу и уровню социально-экономического развития. Составляющие национальных конкурентных преимуществ. Оценки международной конкурентоспособности стран: сравнительная характеристика Ведущие развитые страны: общая характеристика экономики. Развивающиеся страны в мировой экономике. Страны с переходной экономикой: направления и цели переходного периода, классификация.

Международные экономические отношения. Понятие, субъекты, объекты и формы МЭО

Международная торговля товарами и услугами. Мировой рынок и международная торговля. Классические теории международной торговли: Современные теории международной торговли. Внешнеторговая политика государства

Международная миграция рабочей силы. Положительные и отрицательные последствия для стран, отдающих и принимающих рабочую силу. Особенности международной миграции рабочей силы на современном этапе. Государственное регулирование международной трудовой миграции.

Международное научно-техническое и промышленное сотрудничество. Международный обмен технологиями как форма международных экономических отношений. Основные формы передачи научно-технических знаний. Формы международного производственно-технического сотрудничества

Международная миграция капитала. Экономическая целесообразность экспорта и импорта капитала. Показатели участия страны в процессах международной миграции капитала. Прямые и портфельные зарубежные инвестиции.

Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Валютный рынок: понятие, виды и современные тенденции развития. Платежный баланс страны.

Б.1.О.04.07. Экономическая и информационная безопасность

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	<p>ИОПК-2.1. Осуществляет выбор методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-2.2. Осуществляет сбор, обработку и статистический анализ данных, в том числе с применением цифровых инструментов, для построения моделей экономических процессов</p>	<p>Знает: критерии выбора методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>Умеет: использовать при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности современные продукты и цифровые средства для сбора, обработки и статистического анализа данных, характеризующих экономическую и информационную безопасность при реализации построенных моделей экономических процессов</p> <p>Владеет: навыками применения для решения оперативных и тактических задач обеспечения экономической и информационной безопасности современных интеллектуальных систем и цифровых технологий</p>
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	<p>ИОПК-5.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; основные свойства информационных технологий и программных средств, а также возможности и ограничения их применения для обеспечения информационной и экономической безопасности предпринимательства</p> <p>Умеет: использовать эффективные цифровые технологии при обеспечении экономической и информационной безопасности предпринимательства, в том числе для интеллектуального анализа контента</p> <p>Владеет: навыками решения задач обеспечения экономической и информационной безопасности предпринимательства с помощью информационных технологий, в том числе интеллектуальных аналитических систем, и программных средств</p>
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>ИОПК-6.1. Понимает алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных с помощью сквозных технологий</p> <p>ИОПК-6.2. Различает принципы работы бизнес-ориентированных языков программирования с учетом</p>	<p>Знает: процессы защиты информации при работе с различными поисковыми системами, в том числе GOOGLE и Яндекс</p> <p>Умеет: выбирать бизнес-ориентированные языки программирования, обеспечивающие экономическую и информационную безопасность предпринимательства</p> <p>Владеет: навыками обоснования выбора сквозных технологий с учетом обеспечения защиты информации</p>

	их преимуществ, недостатков, сфер применения ИОПК-6.3. Обосновывает и выбирает информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	
--	--	--

Краткое содержание дисциплины:

Сущность предпринимательства и предпринимательской деятельности.

Криминальная конкуренция, предпринимательская тайна, риск.

Предпринимательство как объект информационной и экономической безопасности.

Интересы собственника и менеджера. Архитектура отрасли.

Сущность экономической безопасности предпринимательства. Угрозы и риски в оценке экономической безопасности предпринимательства.

Анализ направлений деятельности по обеспечению экономической безопасности предпринимательства.

Концепции обеспечения экономической безопасности предпринимательства.

Государственное обеспечение экономической безопасности предпринимательства. теневая экономика и экономическая безопасность государства.

Инструментарий, используемый государством для обеспечения экономической безопасности предпринимательства.

Объекты и субъекты экономической безопасности предпринимательства.

Системный подход к обеспечению экономической безопасности предпринимательства.

Инструменты обеспечения текущей экономической безопасности объектов предпринимательства.

Информационное обеспечение безопасности предпринимательства. Виды информационных угроз.

Информационные системы в предпринимательской деятельности как объекты обработки и защиты информации.

Методы защиты информации.

Б.1.О.04.08. Основы бухгалтерского учета

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ИОПК-2.2. Осуществляет сбор, обработку и статистический анализ данных, в том числе с применением цифровых инструментов, для построения моделей экономических процессов	Знает: Современные средства сбора, хранения и анализа информации, технические средства и информационные технологии Умеет: собирать и обрабатывать информацию, формируемую в системе бухгалтерского учета; использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; Владеет: Навыками применения современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, цели и содержание бухгалтерского учета в современных условиях хозяйствования (понятие и значение бухгалтерского учета, виды хозяйственного учета, измерители, применяемые в учете, пользователи бухгалтерской информации и их информационные потребности, требования, предъявляемые к ведению бухгалтерского учета, нормативное регулирование бухгалтерского учета).

Предмет и метод бухгалтерского учета (объекты бухгалтерского учета, элементы метода бухгалтерского учета).

Балансовое обобщение учетной информации (понятие бухгалтерского баланса, его структура и содержание, типы балансовых изменений и их влияние на валюту баланса).

Бухгалтерские счета и двойная запись (понятие о счетах бухгалтерского учета, их назначение и строение, понятие двойной записи, ее сущность и значение, синтетические и аналитические счета, субсчета, их взаимосвязь, план счетов бухгалтерского учета, принципы его построения).

Учет основных хозяйственных процессов (учет процесса снабжения, учет процесса производства, учет процесса реализации).

Бухгалтерская обработка документов. Документооборот.

Регистры и формы бухгалтерского учета.

Основы бухгалтерской (финансовой) отчетности (состав бухгалтерской отчетности, ее содержание, назначение и сроки представления).

Б.1.О.04.09. Региональная экономика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	Знает: сущность, тенденции и социально-экономические категории современных пространственных воспроизводственных процессов; фактическое состояние экономических, социальных, демографических, экологических процессов пространственного развития из различных источников научных знаний и экономической информации Умеет: критически переосмысливать текущие социально-экономические проблемы; осуществлять выбор общенаучных методов исследования торгово-экономической информации и применять теоретические модели при решении прикладных задач социально-экономического развития региона; обрабатывать информацию из источников национальной и региональной статистики Владет: навыками применения общенаучных методов исследования и моделирования региональных торгово-экономических процессов, проведения сравнительной оценки развития регионов России на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне с целью своевременного выявления сложившихся диспропорций в региональном социально-экономическом пространстве, а также навыками определения места регионов в экономике страны

Краткое содержание дисциплины:

Введение в теорию региональной экономики
Основные понятия региональной экономики
Теоретические основы региональной экономики
Современные направления развития теорий региональной экономики
Условия, принципы и факторы размещения производительных сил
Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства
Оценочные показатели размещения производительных сил и социально-экономического развития регионов
Аналитический инструментарий региональной экономики
Природно-ресурсный потенциал России. Проблема его рационального использования
Размещение производительных сил России

Б.1.О.04.10. Институциональная экономика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	Знает: основные понятия и категории, закономерности социально-экономического развития общества и мышления; основные проблемы, теории и методы институциональной экономики, содержание современных институциональных дискуссий по проблемам социально-экономического развития Умеет: Использовать основные категории и методы институциональной экономики при решении профессиональных задач Владеет: навыками применения полученных теоретических знаний в практической деятельности
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает: основные понятия, категории и инструменты институциональной экономической теории Умеет: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации для описания экономических и финансовых процессов и применять общенаучные методы исследования экономической информации Владеет: навыками реализации теоретических моделей и приемов институционального анализа социально-экономических проблем общества при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Краткое содержание дисциплины:

Эволюция развития институционального направления экономической мысли. Традиционный «старый» институционализм. Неоинституционализм. Новая институциональная экономика.

Теория институтов. Роль институтов в регулировании поведения.

Теория игр и ее применение в институциональном анализе.

Экономическая теория прав собственности.

Теория трансакций и трансакционных издержек.

Теория контрактов.

Институциональные теории фирмы.

Институциональная теория государства.

Теория общественного выбора.

Эволюционная теория институтов. Институциональные изменения.

Б.1.О.04.11. Социально-экономическое прогнозирование

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне ИОПК-3.3. Осуществляет экономико-математическое моделирование экономических процессов	Знает: сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе Умеет: критически переосмысливать текущие социально-экономические проблемы, анализировать и раскрывать природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне Владет: навыками экономико-математического моделирования торгово-экономических процессов

Краткое содержание дисциплины:

- Методология и теория социально-экономического прогнозирования.
- Инструментарий социально-экономического прогнозирования.
- Анализ объекта прогнозирования.
- Методы социально-экономического прогнозирования: обзорная характеристика.
- Анализ временных рядов.
- Сглаживание временных рядов с помощью скользящих средних.
- Прогнозирование социально-экономического развития с помощью моделей кривых роста.
- Использование адаптивных методов прогнозирования в социально-экономических исследованиях. Применение многофакторных моделей прогнозирования.
- Прогнозирование социального развития.
- Доверительные интервалы прогноза. Оценка адекватности и точности моделей.

Б1.О.04.12. Логистика и логистические системы

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне ИОПК-3.3. Осуществляет экономико-математическое моделирование экономических процессов	Знает: концептуальные и методологические основы логистики, методы решения разноуровневых логистических задач, в том числе цифровые, для текущего и итогового контроля логистических операций Умеет: выявлять сущность, место и тенденции, проводить анализ современных торгово-экономических процессов; проводить анализ логистических процессов на основе измерителей материалопотока как на микро-, так и на макроуровне Владет: навыками экономико-математического моделирования логистических процессов

Краткое содержание дисциплины:

Терминологический аппарат логистики. Концептуальные и методологические основы логистики: специфика подхода к управлению материальными потоками, предпосылки и эволюция развития, виды и измерители материалопотока, концепции и функции, взаимосвязь с маркетингом и стратегическим планированием. Организационная структура логистики у хозяйствующего субъекта.

Сущность и виды материальных потоков. Логистические операции.

Логистические системы: сущность и виды.

Методы решения логистических задач: классификация и характеристика. Показатели логистики.

Логистические издержки: особенности и проблемы, классификация и требования к системам учета.

Логистический подход к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения. Функциональные области логистики, характеристика и взаимосвязь. Использование в логистике технологии автоматической идентификации штриховых кодов.

Сервис в логистике: сущность, системный подход, оценка уровня и соответствующих затрат. Зависимость объема продаж от уровня логистического сервиса. Критерии качества логистического сервиса.

Управление временем процессов в логистике: связь с конкурентоспособностью организации, виды временных циклов, пути сокращения «разрывов» времени исполнения заказа.

Логистический подход к организации товародвижения.

Запасы и склады в логистике: сущность и виды материальных запасов, причины сокращения и создания материальных запасов, определение размера запасов, система контроля состояния запасов.

Сущность, виды и функции складов как элементов логистической системы. Организация складских процессов с элементами логистики. Грузовая единица – элемент сквозного логистического процесса.

Оценка эффективности работы логистических систем и контроль логистических операций.

Б.1.О.04.13. Финансы

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами ИУК-10.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Знает: основные инструменты управления личными финансами Умеет: выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности Владеет: базовой финансовой терминологией; навыками принятия взвешенных решений на финансовом рынке
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	Знает: торгово-экономические процессы и явления на микро- и макроуровне Умеет: анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о торгово-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения торгово-экономических показателей Владеет: данными отечественной и зарубежной статистики о торгово-экономических процессах и явлениях, определяет тенденции изменения торгово-экономических показателей
ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Демонстрирует знания в области управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом ИОПК-4.2. Выполняет расчет финансово-экономических показателей для обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает: особенности принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности с учетом имеющихся в распоряжении ресурсов Умеет: предлагать организационно-управленческие решения с учетом расчета финансово-экономических показателей для их обоснования Владеет: финансовой, бухгалтерской и иной информацией для обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Краткое содержание дисциплины:

Сущность и функции финансов, их роль в системе денежных отношений».
 Основы использования финансов в общественном воспроизводстве
 Финансовая политика. Взаимосвязь финансовой политики и экономики.
 Финансовый механизм и его структура. Разработка бюджетного регламента. Система организации процесса бюджетирования
 Управление финансами
 Финансовое планирование и прогнозирование
 Финансовый контроль
 Финансовая система страны, её сферы и звенья
 Финансы коммерческих предприятий

Финансы некоммерческих организаций

Страхование как финансовая категория и его специфика. Страхование как институт финансовой защиты физических лиц. Социальное страхование. Пенсионная система.

Государственные и муниципальные финансы

Бюджетное устройство и бюджетный процесс

Воздействие финансов на экономику и социальную сферу

Финансы в развитии международного сотрудничества

Управление личными и семейными финансами

Б.1.О.04.14. Маркетинг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	<p>Знает: базовые принципы реализации маркетинговой функции управления, методы и инструменты проведения маркетинговых исследований, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»</p> <p>Умеет: решать маркетинговые задачи развития торговой организации, подготавливать комплексный план ее маркетинговой деятельности, давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга, обосновывать выбор маркетинговых инструментов с точки зрения общей эффективности работы торговой организации на рынке</p> <p>Владеет: навыками выявления проблем и формулирования целей маркетинговой деятельности, определения маркетинговых инструментов для получения комплексных результатов маркетинговой деятельности</p>
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	<p>ИОПК-2.1. Осуществляет выбор методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-2.2. Осуществляет сбор, обработку и статистический анализ данных, в том числе с применением цифровых инструментов, для построения моделей экономических процессов</p>	<p>Знает: статистические и маркетинговые методы сбора и обработки данных, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет», для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p> <p>Умеет: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; работать со специализированными программами для сбора и обработки информации и управления маркетинговыми инструментами, проводить статистический анализ результатов маркетинговых исследований</p> <p>Владеет: навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации для построения моделей экономических процессов с применением современных цифровых средств и программных продуктов</p>

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая среда организации и ее структура. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Приоритет потребителя.

Маркетинговые исследования. Система маркетинговой информации и методы ее сбора. Целевой маркетинг. Критерии и методы сегментирования рынка. Выбор целевого

рынка. Позиционирование товара на рынке. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Стратегии маркетинга.

Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.

Товар и товарная политика в маркетинге. Оценка конкурентоспособности товара. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Управление ассортиментом товаров. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика.

Ценообразование в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен. Ценовые стратегии. Виды скидок и условия их применения.

Система распределения и товародвижения. Торговые посредники и их классификация, каналы распределения: уровни и типы организации. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение. Классификация методов и средств стимулирования продаж. Формы краткосрочного стимулирования.

Маркетинговые коммуникации. Виды и средства рекламы. Паблик рилейшнс и товарная пропаганда. Методы персональных продаж. Ярмарки, выставки. Личные продажи.

Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов и бюджетирование. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Оценка и контроль маркетинга.

Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество.

Особенности международного маркетинга.

Б.1.О.04.15. Документирование управленческой деятельности

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Демонстрирует знания в области управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом ИОПК-4.2. Выполняет расчет финансово-экономических показателей для обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности ИОПК-4.3. Осуществляет выбор организационно-управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений	Знает: основные принципы управления торговой организацией и его информационной поддержки; виды и системы управленческой документации и правила ее оформления при управлении материальными ресурсами, финансами, персоналом Умеет: формировать и обрабатывать служебную и деловую корреспонденцию в ходе обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности Владеет: навыками организации текущей работы с документами в рамках автоматизированных систем и цифровых технологий документационного обеспечения управления при выборе организационно-управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений

Краткое содержание дисциплины:

Основные требования к оформлению организационно-распорядительных (управленческих) документов. Основные положения по документированию управленческой деятельности. Унификация и стандартизация управленческих документов. Виды документов и их классификация. Правила оформления управленческих документов. Размеры бумаги, применяемые в документировании и правила оформления реквизитов.

Организация документооборота и передачи корреспонденции: принципы, порядок обработки и учет.

Правила регистрации и индексирования документов. Системы, формы и порядок регистрации документов. Контроль исполнения документов. Анализ данных об исполнении документов.

Составление номенклатур и текущее хранение дел.

Экспертиза ценности документов. Оформление дел и передача их на архивное хранение.

Организация делопроизводства: организационная структура и функции, нормативная регламентация работы службы делопроизводства, технические средства, используемые в делопроизводстве.

Б.1.О.04.16. Информационные системы в экономике

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ИОПК-2.1. Осуществляет выбор методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности ИОПК-2.2. Осуществляет сбор, обработку и статистический анализ данных, в том числе с применением цифровых инструментов, для построения моделей экономических процессов	Знает: критерии выбора методов и инструментов, в том числе и цифровых, для сбора и обработки данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности Умеет: использовать при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности современные продукты и цифровые средства для сбора, обработки и статистического анализа данных для построения моделей экономических процессов Владеет: навыками применения для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности современных интеллектуальных систем и цифровых технологий при построении моделей экономических процессов
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИОПК-5.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии (в том числе большие данные) и программные средства при решении задач профессиональной деятельности	Знает: роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; основные свойства информационных технологий и программных средств, а также возможности и ограничения при решении профессиональных задач Умеет: использовать эффективные цифровые технологии при решении профессиональных задач, в том числе для интеллектуального анализа контента Владеет: навыками решения профессиональных задач с помощью информационных технологий, в том числе интеллектуальных аналитических систем, и программных средств
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных с помощью сквозных технологий ИОПК-6.2. Различает принципы работы бизнес-ориентированных языков программирования с учетом их преимуществ, недостатков, сфер применения ИОПК-6.3. Обосновывает и выбирает информационные	Знает: экономические процессы при работе с различными поисковыми системами, в том числе GOOGLE и Яндекс Умеет: выбирать бизнес-ориентированные языки программирования, обеспечивающие решение оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности Владеет: навыками обоснования выбора сквозных технологий с учетом обеспечения решения оперативных и

	технологии для решения задач профессиональной деятельности	тактических задач в сфере профессиональной деятельности
--	--	---

Краткое содержание дисциплины:

Информационные процессы в экономике и необходимость их автоматизации. Сущность, классификация и эволюция развития информационных технологий. Роль и место, сущность и классификация, структура и функции информационных систем в экономике.

Информационное обеспечение АИС. Экономическая информация как часть информационного ресурса общества: свойства и особенности, виды и структура, количественные характеристики.

Состав информационного обеспечения. Классификация и кодирование экономической информации. Система документации и документооборот. Базы и банки данных. Базы знаний.

Техническое обеспечение АИС. Сущность и назначение компьютерных сетей. Появление, развитие, структура сети Интернет. Адреса и службы (сервисы) Интернет. Аббревиатура WWW. Облачные технологии.

Программное обеспечение АИС: состав ПО. Системное и прикладное (специальное) ПО. Экспертные системы: сущность и основные компоненты. Защита программных продуктов. Последствия применения нелегальных программ.

Организационное обеспечение АИС. Организация автоматизированного рабочего места – средства автоматизации работы конечного пользователя. Способы организации информационных технологий в АИС.

Экономика АИС. Затраты на создание и эксплуатацию АИС, Показатели эффективности функционирования АИС.

Информационная безопасность АИС: необходимость обеспечения, и виды угроз. Методы и средства защиты АИС.

Справочные правовые системы. Правовая информация и способы ее распространения. Развитие, виды и использование СПС. Свойства информационных банков СПС. Возможности программных продуктов СПС.

Информационные системы в сфере управления производством. Информационные системы бухгалтерского учета. Банковские информационные системы.

Проектирование информационных систем в соответствии с потребностями пользователя: задачи и принципы, стадии и этапы, выбор ПО, порядок внедрения.

Б.1.О.04.17. Основы торгового дела

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами	Знает: базовые принципы функционирования и развития сферы товарного обращения, торговой организации. Умеет: решать экономические задачи развития торговой организации, подготавливать комплексный план ее коммерческой деятельности, давать рекомендации по развитию торгово-технологических процессов, обосновывать выбор экономических инструментов с точки зрения общей эффективности работы торговой организации на потребительском рынке Владеет: навыками выявления проблем и формулирования целей торгово-экономической и торгово-организационной деятельности, определения наиболее целесообразных инструментов для получения высоких результатов коммерческой деятельности
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает: основные понятия, категории и инструменты осуществления торговой деятельности Умеет: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации для описания экономических и финансовых процессов и применять общенаучные методы исследования торгово-экономической и торгово-организационной информации Владеет: навыками реализации теоретических моделей и приемов экономического и организационного анализа социально-экономических проблем торговой организации при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	ИОПК-3.1. Выявляет сущность и тенденции современных торгово-экономических процессов, их связь с другими процессами, происходящими в обществе, критически переосмысливает текущие социально-экономические проблемы ИОПК-3.2. Анализирует и раскрывает природу торгово-	Знает: концептуальные и методологические основы торгового дела, методы решения разноуровневых коммерческих задач, в том числе цифровые, для текущего и итогового контроля торгово-хозяйственных операций Умеет: выявлять сущность, место и тенденции, проводить анализ современных торгово-экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне Владеет: навыками интерпретации

	экономических процессов на основе финансово-экономических показателей на микро- и макроуровне	финансово-экономических показателей развития торгово-экономической деятельности организации
--	---	---

Краткое содержание дисциплины:

Торговля – основа экономической деятельности: терминология, значение, эволюция.

Товар и торговая деятельность. Торговля как отрасль экономики. Функции торговли. Торговая организация и ее функции.

Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Функции, структура, субъекты и инфраструктура рынка. Основные показатели современного состояния потребительского рынка.

Государственное регулирование сферы обращения. Сертификация продукции и услуг. Защита прав потребителей. Экономические методы регулирования товарного обращения. Прямые и косвенные инструменты воздействия государства на товарное обращение.

Планирование деятельности торговой организации: цели и задачи, содержание процесса, сравнительная характеристика стратегического и текущего планирования, контроль за реализацией планов.

Товарооборот торговой организации: оптовый, розничный, сферы общепита. Структура товарооборота и система показателей. Задачи и методы анализа товарооборота.

Товарные запасы торговой организации: сущность, классификация, показатели, используются при анализе, учете и планировании. Факторы, определяющие величину, уровень товарных запасов и товарооборачиваемость. Методы анализа и учета товарных запасов в торговой организации.

Труд и заработная плата в торговле. Методы изучения численности, состава и движения кадров в торговой организации. Производительность труда в торговле. Принципы организации заработной платы в торговле.

Основные фонды торговых организаций: сущность, классификация, оценка. Система показателей эффективности использования основных фондов торговой организации. Износ и амортизация основных фондов. Воспроизводство основных фондов в торговле.

Издержки обращения торговых организаций: сущность, классификация, номенклатура статей издержек обращения. Состав издержек обращения по видам затрат. Анализ издержек в торговых организациях.

Доходы и прибыль: Факторы, влияющие на величину и уровень валового дохода. Сущность, источники образования и направления использования прибыли. Методы определения прибыли и рентабельности деятельности торговой организации. Налогообложение торговой организации. Анализ доходности торговой организации.

Финансы торговой организации: сущность финансов и финансовых ресурсов. Фонды и средства торговых организаций, их классификация и характеристика. Оценка финансового состояния торговой организации. Финансовое планирование.

Эффективность коммерческой деятельности торговой организации: сущность и показатели оценки.

Розничная торговая сеть: сущность, функции, виды, структура специализации, типизация. Показатели качества розничной торговой сети. Методы размещения розничной торговой сети. Техничко-экономические показатели зданий магазинов. рабочее место в магазине. Виды помещений (площадей) магазина, технологическая планировка. Дизайн розничной торговой организации. Виды торгово-технологического оборудования.

Оперативные процессы в магазине: принципы организации, приемка товаров, формы и этапы продажи товаров, правила розничной торговли, торговые услуги.

Формирование товарного ассортимента и обеспечение его устойчивости: влияющие факторы, потребительские комплексы, виды спроса, основные звенья товарной классификации. Принципы формирования товарного ассортимента. Устойчивость товарного ассортимента. Стадии жизненного цикла товара.

Организация системы товароснабжения: формы и принципы, процесс и методы закупки товаров. Документы, оформляющие исполнение коммерческой сделки. Товародвижение. Товарные аукционы, торги, ярмарки, биржи, торгово-промышленные выставки. Виды оптовых торговых услуг.

Товарные склады: сущность и функции, классификация. Виды складских помещений. Определение потребности в складской площади. Технологическое оборудование складов. Технологический процесс, реализуемый на складе: поступление и приемка товаров по количеству и качеству, хранение и отпуск товаров. технико-экономические показатели работы склада.

Особенности торговой деятельности в свободных экономических зонах.

международный рынок услуг (инжиниринговых, информационно-консультационных, лизинговых, франчайзинговых).

Б.1.В.01. Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
(очная форма обучения)

Дисциплина относится к профессиональному модулю вариативной части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 программы бакалавриата.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК.7.1. Демонстрирует знание основ здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологий, физической культуры ИУК-7.2. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования ИУК 7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.	Знает: о роли физической культуры личности для формирования мотивационно-ценностного отношения к здоровому образу жизни Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками физического совершенствования и самовоспитания, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом; поддержание своего организма в хорошей физической форме самостоятельно

Краткое содержание дисциплины:

Для обучающихся предусмотрено посещение практических занятий по видам спорта по выбору под контролем преподавателя и самостоятельная работа.

В основной и подготовительной медицинской группе практические занятия физической культурой проходят по видам спорта:

- Легкая атлетика
- Плавание
- Волейбол
- Баскетбол
- Фитнесс
- Льжные гонки
- Мини футбол
- Общая физическая подготовка.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ установлен особый порядок освоения дисциплины (модуля) Элективные дисциплины по физической культуре и спорту.

Б.1.В.02.01. Основы проектной деятельности

Дисциплина относится к профессиональному модулю вариативной части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 программы бакалавриата (Б1.В.02 Модуль проектной деятельности).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств ИУК-1.3. Проводит оценку событий, процессов, результатов деятельности	Знает: ключевые термины проектной деятельности; критерии формирования целей проекта; особенности проектного подхода к управлению; способы сбора, систематизации и анализа информации, необходимой для реализации проектов; особенности проекта как сложной системы; Умеет: идентифицировать проекты как особую область управления; формулировать цели проекта; осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации, необходимой для реализации проектов, в том числе с использованием цифровых технологий; Владеет: терминологией системного подхода применительно к управлению проектами; инструментами и цифровыми технологиями сбора, систематизации и анализа информации, необходимой для реализации проектов
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: области применения современных подходов проектной деятельности; международные стандарты управления проектами; основные требования и ограничения, связанные с реализацией проекта; основные принципы и инструменты управления проектами; процессы управления проектами, входные ресурсы и результаты каждого процесса; основные проблемы, препятствующие успешному управлению проектами Умеет: ставить цели и задачи на каждом этапе реализации проекта; устанавливать ограничения по проекту; применять инструменты проектной деятельности на практике; идентифицировать результаты проектной деятельности на каждом этапе работы над проектом; осуществлять оценку степени достижения результатов проектной деятельности на каждом этапе; Владеет: навыками формулирования проектных целей и ограничений; навыками структуризации проекта; навыками применения инструментов проектной деятельности; навыками разработки и оценки проектов с применением цифровых средств
УК-3. Способен осуществлять социальное	ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой	Знает: основные роли в команде и их функции; принципы формирования эффективной команды проекта; цифровые

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	<p>инструменты командной работы; основные технологии коммуникаций в управлении проектами</p> <p>Умеет: определять свою роль в команде и выполнять соответствующие функции; применять на практике цифровые инструменты командной работы; выявлять проблемы командной работы и решать их;</p> <p>Владеет: инструментами определения своей роли в команде; навыками формирования эффективной команды проекта; цифровыми инструментами командной работы; навыками решения проблем командной работы.</p>

Краткое содержание дисциплины:

Формат проектной работы. Понятие «проект» и управление проектами». Стандарты управления проектами. Внутренняя и внешняя среда проекта.

Формирование команды проекта. Определение заинтересованных сторон. Особенности проектной команды. Стадии становления команды. Основные роли в команде и их характеристика. Проблемы, возникающие в команде и пути их решения. Стейкхолдеры. Методы управления заинтересованными сторонами.

Этапы работы над проектом. Стадия разработки. Стадия исполнения. Стадия завершения. Проектная документация.

Подходы к организации проектной деятельности: Waterfall vs Agile. Agile как философия управления проектами. Организация проектной работы на основе гибких фреймворков. Особенности работы по SCRUM. KANBAN как способ организации работы в духе Agile.

Предварительное экономическое обоснование проекта. Определение затрат по проекту. Оценка экономического результата. Расчет эффективности.

Эффективная презентация и публичное выступление. Основные правила создания презентаций и питчей. Правила публичного выступления.

Б.1.В.02.02. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство

Дисциплина относится к профессиональному модулю вариативной части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 программы бакалавриата (Б1.В.02 Модуль проектной деятельности).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: принципы проектирования, организации, управления и оценки эффективности инновационных проектов технологического предпринимательства; основы научно-технического развития, мониторинга и государственной поддержки инновационной экономики и технологического предпринимательства; основы коммерциализации инноваций и развития технологического предпринимательства. Умеет: планировать и проектировать коммерциализацию результатов интеллектуальной деятельности в форме стартапа, коммерческого контракта, лицензионного договора; применять на практике методы управления инновационными проектами технологического предпринимательства; Владет: использованием технологий бережливого стартапа (lean) и гибкого подхода к управлению (agile), технологий разработки финансовой модели проекта
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Демонстрирует знания базовых принципов функционирования экономики, экономического развития и управления человеческими ресурсами ИУК-10.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Знает: основные теории, базовые условия и важнейшие компоненты среды инновационного предпринимательства; Умеет: выбирать бизнес-модели и разрабатывать бизнес-планы; проводить оценку эффективности инновационных проектов технологического предпринимательства Владет: методами планирования, организации, контроля и мониторинга реализации проектов технологического предпринимательства, оценки рисков предпринимательской и инновационной деятельности

Краткое содержание дисциплины:

Введение в инновационную экономику. Технологическое предпринимательство

Создание и развитие стартапа. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план.

Маркетинг. Оценка рынка. Product Development. Customer Development

Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности. Трансфер технологий и лицензирование. Коммерческий НИОКР. Инструменты привлечения финансирования. Государственная поддержка. Оценка инвестиционной привлекательности проекта. Риски проекта. Инновационная экосистема.

Б.1.В.02.03. Инфографика и презентация данных

Дисциплина относится к профессиональному модулю вариативной части дисциплин по выбору, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 программы бакалавриата (Б1.В.02 Модуль проектной деятельности).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации (в том числе с использованием цифровых технологий), необходимой для решения поставленных задач ИУК-1.2. Выполняет анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: способы визуализации и методы графического представления данных; Умеет: применять системный подход в формализации решения задач визуализации информации; грамотно создавать статическую и интерактивную инфографику Владеет: навыками системного подхода в формализации решения прикладных задач визуализации информации и создания презентации
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: способы визуализации и методы графического представления данных; функциональные возможности современных инструментов визуализации данных Умеет: выбирать наиболее эффективный, выгодный способ визуализации данных Владеет: навыками эффективного представления результатов исследования в максимально доступной, наглядной форме

Краткое содержание дисциплины:

Основы дизайна

Цветоведение. Основы работы с цветом

Инфографика. Основные понятия. Методы визуализации данных

Правила построения наглядных презентаций.

Композиционное оформление слайда

Работа с текстом: оптимизация, настройка, оформление. Виды шрифтов и их предназначение

Б.1.В.03.01. Маркетинговые исследования и статистика рынка

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: методологию проведения маркетинговых исследований и методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования Умеет: проводить маркетинговые исследования разных видов, направлений и объектов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Владеет: навыками проведения анализа и интерпретации полученных результатов маркетинговых исследований с целью использования их для принятия управленческих решений	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, эволюция, цели, задачи и функции, способы реализации маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как один из видов услуг. Информация – главный ресурс маркетинговых исследований.

Постановка исследовательско-аналитической функции в организации: назначение, решаемые задачи. Маркетинговая информационная система. Система маркетинговых исследований как ключевое направление исследовательско-аналитической функции. Организация реализации научно-исследовательской функции.

Виды и технологии проведения маркетинговых исследований: классификация маркетинговых исследований, направления и объекты маркетинговых исследований, субъекты маркетинговых исследований, этапы планирования и проведения. Варианты организации маркетинговых исследований. Этапы сотрудничества с внешними исследовательскими компаниями (выбор исследовательской компании, подготовка брифа (запроса) на проведение исследования и разработка предложения (технического задания) на проведение исследования). Стоимость маркетинговых исследований. Методы обеспечения защиты от несанкционированного доступа к результатам маркетинговых исследований. Этические аспекты исследований по кодексу ESOMAR.

Подготовительный этап маркетингового исследования: краткая характеристика, постановка, аудит и окружение маркетинговой проблемы. Трансформация управленческой проблемы в проблему маркетингового исследования. Выбор компонент

проблемы маркетингового исследования. Определение объекта и предмета исследования. Формулировка целей и задач маркетингового исследования. Этапы разработки плана маркетингового исследования.

Исследования внешней среды маркетинга. Среда как объект маркетинговых исследований. Основные методы исследований макро- и микросреды маркетинга (PEST-анализ, пятифакторная модель конкуренции Портера, методы расчета емкости рынка, сегментирование потребителей). Основные методы исследования конкурентной среды: классификация групп. Источники вторичной информации о конкурентах в маркетинговых исследованиях. Легендированные подходы для получения информации от конкурентов. Исследования конкурентной среды полевыми методами. Метод мистери-шоппинга. Методы определения долей рынка конкурентов в маркетинговых исследованиях. Метод бенчмаркинга. Формирование ассортиментной матрицы и ценовой мониторинг конкурентов. Оценка конкурентоспособности организации.

Кабинетные исследования: назначение, сравнение первичной и вторичной информации, классификация вторичной информации. Источники вторичной информации: опубликованные вторичные данные, компьютерные базы данных, синдикатные источники вторичных данных. Критерии оценки вторичной информации.

Полевые исследования: особенности проведения, количественные и качественные методы проведения, наблюдения за потребителями, методы опросов (анкетирование: разработка анкеты и определение выборки, индивидуальные формализованные и неформализованные интервью, телефонные интервью, групповое интервью (фокус-группы)), панельные исследования, экспертиза, эксперимент, проективные методы, ай-трекинг, интернет-исследования (интернет-опросы, онлайн фокус-группы, онлайн flash-опросы, Usability-тестирование, исследования интернет-магазинов, исследования интернет-этнографии; основные источники информации для интернет-исследований). Мобильные исследования. Классификация ошибок при проведении полевых исследований.

Обработка и анализ результатов исследований: релевантность маркетинговой информации, первичная обработка данных, базовый анализ данных, метод SWOT-анализа. Подготовка финального отчета по результатам маркетингового исследования и его презентация.

Б.1.В.03.02. Теория разработки и принятия управленческих решений

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения	Знает: методологию и типовые методы разработки и принятия маркетинговых решений в области сбытовой политики организации Умеет: осуществлять выбор целевых показателей эффективности разработки и принятия маркетинговых решений при построении оптимальных каналов распределения Владеет: навыками построения эффективной системы товародвижения	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.2. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: процесс разработки и принятия управленческих решений в области интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций Умеет: агрегировать и обобщать собранную информацию для обеспечения процесса разработки и принятия оперативных решений с применением цифровых инструментов в области формирования имиджа организации Владеет: навыками оценки эффективности реализации процессов разработки и принятия решений по применению современных моделей развития и управления брендом организации	31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Место и значение решений в управлении организацией. Типология и уровни принятия управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.

Рациональная модель принятия решений: осознание проблемы и ее идентификация. разработка альтернатив и критериев их оценки, оценка и выбор альтернативы, выполнение решения и его проверка.

Психология принятия управленческих решений.

технологии принятия управленческих решений.

Методические подходы к процессу разработки управленческих решений. Характеристика методов принятия управленческих решений.

Риск, определенность, неопределенность при принятии управленческих решений. Виды управленческих рисков и методы их оценки. Способы минимизации управленческих рисков.

Контроль выполнения управленческих решений: процесс, характеристики эффективности, поведенческие аспекты.

Принятие стратегических решений: природа, уровни принятия, слагаемые процесса, инструменты.

Бизнес-план как инструмент принятия инвестиционных решений: цель и функции, структура, принятие решений о целях, стратегии.

Б.1.В.03.03. Интернет-маркетинг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: технологию проведения и типовые инструменты сбора, хранения и обработки маркетинговой интернет-информации для проведения маркетингового исследования Умеет: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации в Интернет-среде для проведения маркетингового исследования Владет: навыками проведения маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: современные методики управления интернет-маркетингом и маркетинговые цифровые инструменты Умеет: использовать современные техники и методы продвижения и продаж в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Владет: навыками приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в торговой Интернет-среде профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга. Разновидности интернет-маркетинга: поисковый, партизанский и вирусный, в социальных сетях (SMM), скрытый, контент-маркетинг, аффилированный (партнерский). Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний. Способы и формы осуществления торговой деятельности (электронная коммерция) в Интернете. Торговые интернет-площадки.

Интернет как торговая среда электронного рынка (инфраструктура интернет-маркетинга): службы, методы обеспечения безопасности, платежные системы. Виды и структура веб-сайтов. Организация интернет-маркетинга.

Взаимодействие с потребителями в Интернет-среде: коммуникативные характеристики Интернета, интернет-аудитория, навигация пользователей в Интернете, сегментирование рынка и портрет потребителя, управление взаимоотношениями с клиентами.

Проведение маркетинговых исследований в Интернете. Маркетинговая информационная система. Организация маркетинговых исследований. Поиск информации в Интернете. Проведение интернет-опросов. Качественные исследования в Интернете. Объем рынка и его оценка. Системы Веб-аналитики. Составление семантического ядра и анализ поисковых запросов, основных бизнес-показателей в Интернете. Маркетинговые исследования сайта компании. Конкурентная разведка в Интернете и анализ потребительских настроений. Маркетинговые исследования в социальных сетях и блогах.

Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные и цифровые продукты. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете. Разработка новых интернет-товаров. Сервисная политика в Интернете. Оценка эффективности ведения товарной политики в Интернете.

Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии интернет-маркетинга. Модель ценообразования на интернет-рынке. Интернет-аукционы.

Система распределения и Интернет. Розничная торговля в Интернете. Интернет-посредники.

Особенности коммуникативной политики в Интернете. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете. Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт. Методы удержания посетителей web-сайта.

Инструменты коммуникаций в интернет-маркетинге: реклама, интернет-брендинг, списки рассылки и дискуссионные листы, E-mail – маркетинг, связи с общественностью (PR), блоги и социальные сети, подкастинг, web-сайт компании, стимулирование продаж, сарафанное радио.

Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга: сущность. критерии, процесс. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.

Б.1.В.03.04. Корпоративные информационные системы

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования	Знает: стандарты, регламентирующие функциональные возможности КИС, позволяющие собирать, хранить и обрабатывать маркетинговую информацию для проведения маркетингового исследования Умеет: проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде, на основе использования функциональных возможностей КИС Владеет: основными сведениями о корпоративных информационных системах и инструментами внедрения КИС при определенной архитектуре корпорации (предприятия)	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений	Знает: ИТ-архитектуру корпорации (предприятия) и описывающие ее характеристики, а также стандарты, регламентирующие функциональные возможности КИС в управлении маркетинговой деятельностью Умеет: проводить сбор информации о предметных областях (доменах) архитектуры корпорации (предприятия), ее агрегировать и обобщать при управлении маркетинговой деятельностью; использовать современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Владеет: навыками приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в маркетинговой деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

	деятельности областей наук	и		
--	-------------------------------	---	--	--

Краткое содержание дисциплины:

Корпорация: сущность, характеристики, типы, структура.

Архитектура корпорации: элементы, предметные области (домены). ИТ-архитектура корпорации (предприятия).

Управление корпорацией: основные сведения о корпоративных информационных системах, предъявляемые требования и стандарты, регламентирующие функциональные возможности КИС.

Стандарт MPS – системы: схема функционирования. Статистическое управление запасами. Способы представления спецификации изделия. Объемно-календарный и производственный планы.

Стандарт MRP – системы: входные параметры и результаты работы, алгоритм работы. Системы планирования потребностей в распределении DRP.

Стандарт MRP II – системы: основные модули, алгоритм работы. Иерархическая организация планов в MRP II – системе и роль обратной связи в ней. Планирование выпуска продукта.

Стандарт ERP – системы: необходимость перехода от MRP II, функциональные модули, этапы и принципы внедрения, преимущества и недостатки.

Стандарт ERP II – системы: сравнительная характеристика с ERP – системой, проблемы внедрения, будущие альтернативы.

Стандарт CSRP – системы: принципы формирования и обработки заказов, преимущества. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM – системы). Системы электронной коммерции. Системы управления цепочками поставок SCM.

OLAP-системы: общие сведения, структура, классификация.

Методы и методика внедрения корпоративных информационных систем

Направления развития корпоративных ИС. Процессный подход КИС и система качества.

Б.1.В.03.05. Стратегический маркетинг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: инструменты сбора, хранения и обработки приоритетной маркетинговой информации для изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа рыночной конъюнктуры Умеет: проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде, на основе использования инструментов стратегического маркетинга Владеет: навыками разработки стратегического маркетингового плана, организации его реализации и аудирования.	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.3. Участвует в оценке влияния рисков на эффективность деятельности организаций	Знает: концепции стратегического маркетинга и инструменты оценки влияния рисков на эффективность деятельности организации Умеет: применять методики анализа информации о маркетинговой среде организации с целью своевременного выявления рисков и предотвращения угроз устойчивому развитию организации Владеет: навыками разработки эффективных решений в сфере стратегического маркетинга	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Стратегический маркетинг: сущность, значение, терминология, предпосылки возникновения, сравнительная характеристика с оперативным маркетингом, перспективы развития. Концепция стратегического маркетинга как формы маркетинга партнерских отношений. Стратегический маркетинг и конкурентоспособность организации в глобальной экономике. Ресурсный подход в стратегическом маркетинге современной организации. Концепция прорывного позиционирования в стратегическом маркетинге.

Методика оценки ориентированности организации на рынок: алгоритм, подготовка инструментария для анализа степени ориентированности организации на рынок.

Разработка стратегического плана: анализ информации о внешней и внутренней среде организации. Архитектура стратегического плана маркетинга и его связь с корпоративной стратегией организации. Методика анализа информации о макроэкономических тенденциях и партнерах компании. Методика анализа информации о продуктовой и коммерческой деятельности организации. Методика анализа информации о

кадровой и экономической деятельности организации. Базовые стратегии в стратегическом маркетинговом планировании. Организация стратегического маркетинга. Стратегический маркетинговый контроль (маркетинг-аудит).

Прикладная интерпретация теории потребностей. Методика определения потребительских ценностей и форм конкретизации (созревания) потребностей.

Поведение покупателя в процессе выбора товара: измерение познавательной реакции. Активность и рациональность поведения покупателя в принятии решения о покупке. Уровни и модель реакции. Измерение познавательной реакции. Измерение эмоциональной и поведенческой реакции.

Стратегический анализ существующих и потенциальных покупателей. Инструментарий стратегического анализа и разработка решений в сфере стратегического маркетинга.

Особенности реализации концепции стратегического маркетинга в сфере услуг.

Реализация концепции стратегического маркетинга в инновационном секторе экономики.

Реализация концепции стратегического маркетинга на рынке территорий.

Б.1.В.03.06. Экономика, диагностика и эффективность предпринимательской деятельности

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость ИПК-3.3. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	Знает: ценообразующие факторы и качественные характеристики, определяющие стоимость товаров, работ, услуг Умеет: оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры Владеет: навыками разработки эффективной товарной и ценовой политики на основе оценки внутренних и внешних факторов ценообразования	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.3. Применяет современные подходы при оценке динамики продаж и прогнозировании продаж	Знает: терминологию, современные подходы к оценке эффективности предпринимательской деятельности в динамике и при прогнозировании продаж Умеет: на основе применения современных подходов к оценке динамики продаж и прогнозировании продаж формировать каналы распределения и систему товародвижения Владеет: навыками выбора современных методов продажи товаров и оказания услуг	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы предпринимательской деятельности.

Основы создания и развития коммерческих организаций.

Ресурсы коммерческих организаций и диагностика эффективности использования ими экономического потенциала.

Экономические основы развития коммерческих организаций.

Диагностика коммуникационных процессов, реализуемых коммерческой организацией в системе рыночных отношений.

Анализ основных показателей развития коммерческой организации.

Исследование совокупных затрат коммерческой организации.

Диагностика уровня налоговых изъятий в коммерческой организации.

Цены и ценообразование в сфере предпринимательства.
Планирование доходов и расходов коммерческой организации.
Анализ качества обслуживания клиентов в коммерческой организации.
Диагностика и практика учета рисков коммерческой организации.
Анализ эффективности деятельности коммерческой организации.

Б.1.В.03.07. Управление конкурентоспособностью торговой организации

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые	Знает: современные подходы к построению системы управления конкурентоспособностью организации Умеет: использовать современные методики управления конкурентоспособностью торговой организации и инструменты управления ее конкурентными преимуществами, в том числе цифровые Владеет: спецификой разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности торговой организации	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	Знает: основы разработки эффективной товарной и ценовой политики в условиях сложившейся рыночной конъюнктуры Умеет: использовать инструменты ценовой конкуренции, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры Владеет: навыками разработки эффективного экономического поведения торговой организации по обеспечению ее конкурентоспособности	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Конкуренция в бизнес-среде: сущность, природа, движущие силы, виды и формы.

Конкурентоспособность: сущность, объекты и субъекты оценки. Конкурентный потенциал торговой организации: структура и возможности реализации. Оценка конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности торговой организации.

Система управления конкурентоспособностью торговой организации: сущность, структура и содержание, принципы и подходы к построению.

Конкурентная среда в обеспечении конкурентоспособности торговой организации: структура и характеристика, алгоритм проведения анализа, структура и основные этапы анализа. Конкурентная карта рынка: содержание и принципы построения.

Государственное регулирование конкурентоспособности торговых организаций.

Управление конкурентными преимуществами торговой организации.

Экономическое поведение торговой организации по обеспечению конкурентоспособности. Конкурентная разведка: сущность, цель и задачи, принципы и инфраструктура, организационное и информационное обеспечение. Особенности разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности торговой организации. Система защиты информации и ее роль в обеспечении конкурентоспособности торговой организации.

Б.1.В.03.08. Брендинг и ивент-маркетинг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: особенности и современные направления развития концепций управления брендом и ивент-маркетинга Умеет: использовать современные методики управления брендом организации и техники ивент-маркетинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе цифровых Владеет: современными техниками и методами продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», обеспечивающими эффективность управления брендом и ивент-маркетинга	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.1. Анализирует тенденции развития рынка и технологий в области рекламы, выбор каналов коммуникаций и эффективность программы продвижения продукта ИПК-5.2. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: современные тенденции развития рынка и технологий в области маркетинговых коммуникаций, в том числе цифровых Умеет: анализировать величину марочного капитала как результата выбора каналов коммуникаций и эффективности разработки и реализации программы продвижения продукта; интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет: навыками формирования имиджа организации; реализации современных моделей развития и управления брендом организации, а также различных видов и форм событий и ивент-мероприятий	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, категорийный аппарат и эволюция брендинга. Классификация и преимущества брендов. Особенности потребительского восприятия в брендинге. Место и роль брендинга в маркетинге.

Современная среда бренда: экономическая, правовая, социально-культурная.

Система управления брендами: сущность, особенности, направления развития. Проектирование бренда. Стратегический бренд-менеджмент. Продвижение бренда. Измерение марочного капитала. Аудит бренда.

Упаковка как элемент брендинга: сущность, роль. Этикетка как ключевая составляющая упаковки. Маркировка как компонент товарной информации, размещенной на упаковке. Особенности использования упаковки товаров на внешнем рынке. Штриховое кодирование товаров. Виды упаковки. Роль дизайна в упаковке товаров.

Политика мерчандайзинга в брендинге: сущность, роль, современные приемы организации. Чувственный мерчандайзинг.

Особенности и современные направления развития брендинговой рекламы.

Брендинг в отраслях и сферах бизнеса: промышленный, инновационных продуктов, сферы услуг, территорий.

Концепция ивент-маркетинга (событийного маркетинга) в структуре комплекса продвижения и смежные категории. Событие как основной двигатель продвижения торговой организации и ее товаров. История российского ивент-бизнеса. Ивент-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые кампании по реализации ивент-мероприятий. Менеджер и координатор ивент-мероприятия.

Виды и формы событий и мероприятий в ивент-маркетинге. Принципы успешности событий. Уникальность ивент-маркетинга. Специфика и перспективы ивент-мероприятий. Подключение к мероприятиям ивент-агентств.

Этапы и цели реализации ивент-мероприятия. Преимущества техник ивент-маркетинга.

Спецмероприятие: сущность, подготовка в нему и ивент-менеджмент.

Аспекты, учитываемые при разработке маркетингового плана ивент-мероприятия. Золотое правило четырех Р.

Целеполагание в ивент-маркетинге. Учет интересов целевой аудитории. Аспект времени и места, информационной поддержки мероприятия.

Содержание сценария зрелища и аспекты ивент-мероприятия формата открытия. Ивент-мероприятия формата презентации и выставок, праздника.

Спонсорство ивент-мероприятий и связи с общественностью.

Эффективность ивент-маркетинга.

Б.1.В.03.09. Управление маркетингом

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: процессы и технологию управления маркетингом, процедуры и инструменты планирования, а также контроля исполнения планов маркетинга, в том числе в цифровой среде Умеет: использовать маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, для повышения эффективности деятельности организации Владеет: навыками приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации маркетинговой деятельности организации, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы управления маркетингом: терминология, стратегия и тактика, принципы, процессы и технология, организационные структуры управления маркетинговой деятельностью.

Планирование маркетинга. Целеполагание. Порядок разработки плана маркетинга: предплановый маркетинговый анализ, процедуры планирования маркетинга, планирование отдельных видов маркетинговой деятельности.

Обеспечение выполнения планов маркетинга в организациях: методы упорядочения плановых действий во времени, бюджет маркетинга, контроль исполнения планов и их корректировка. Системный подход к разработке планов маркетинга и к обеспечению их выполнения.

Б.1.В.03.10. Технологии бизнес-аналитики

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: функции, структуру, методы бизнес-аналитики и инструментальную среду поддержки принятия маркетинговых решений Умеет: проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде, на основе использования технологий и инструментов бизнес-аналитики Владеет: навыками проведения бизнес-анализа и мониторинга эффективности бизнес-процессов организации с помощью BI-инструментов и BI-приложений	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость	Знает: технологии бизнес-аналитики и стратегические аспекты бизнес-анализа Умеет: анализировать диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость, на основе методик внешнего и внутреннего стратегического анализа Владеет: механизмами бизнес-анализа в контроллинге и современными информационно-аналитическими инструментами контроллинга эффективности бизнеса	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций,	ИПК-5.1. Анализирует тенденции развития рынка и технологий в области рекламы, выбор каналов коммуникаций и эффективность программы продвижения продукта	Знает: структуру, преимущества BI-систем и направления развития их возможностей в части поддержки стратегических решений в области маркетинговых коммуникаций и программ продвижения продуктов Умеет: оценивать эффективность систем бизнес-аналитики, в том числе на цифровой основе с целью интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

формировать имидж организации и управлять брендами		Владет: навыками принятия обоснованных маркетинговых решений на стратегическом, тактическом и операционном уровнях на основе реализации процессов, архитектур и технологий переработки первичных данных в значимую и полезную информацию, используемую для эффективного понимания бизнес-процессов	ия
--	--	---	----

Краткое содержание дисциплины:

Бизнес-анализ: новое направление аналитической работы. Причины возникновения и этапы становления бизнес-анализа. Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации. Бизнес-модель организации как объект бизнес-анализа. Функции бизнес-аналитики: идентификация, моделирование, прогнозирование, оптимизация, анализ чувствительности. Структура современного бизнес-анализа: сбор данных, анализ процесса, бенчмаркинг, описательная аналитика. Методы бизнес-аналитики: метод анализа иерархий, декомпозиция проблемы, иерархическое представление проблемы, шкала отношений, матрицы парных сравнений, статистические методы.

Сбор данных в областях поддержки клиентов, исследования рынка, конкурентной разведки, производительность организации и т.п. Данные бизнес-аналитики. Технологии бизнес-аналитики: специальный анализ, запрос данных и обнаружение, хранилище данных, корпоративная отчетность, онлайн-аналитическая обработка, ПО для визуализации данных, дашборды, таблицы показателей, облачные сервисы, аналитика цепочки поставок, машинное обучение и искусственный интеллект.

Стратегические аспекты бизнес-анализа: этапы становления. Бизнес-анализ в системе стратегического рыночного управления. Типы и виды стратегий и особенности их идентификации на различных стадиях жизненного цикла организаций.

Методика внешнего стратегического анализа. Методика аналитического обоснования ключевых факторов успеха. Методика внутреннего стратегического анализа. Перспективные методики стратегического анализа (сценарного, дисконтно-опционного).

Стратегия устойчивого развития бизнеса и ее информационно-аналитическое обеспечение. Международные стандарты отчетности в области устойчивого развития и основные аналитические показатели.

Перспективы применения моделей операционного анализа в бизнес-анализе. Сущность, цель и задачи операционного анализа, его информационная база. Показатели, приемы и методы операционного анализа.

Механизмы бизнес-анализа в контроллинге. Цели и задачи, виды и инструменты контроллинга бизнеса. Модели контроллинга бизнеса. Современные информационно-аналитические инструменты контроллинга эффективности бизнеса. Разработка монитора эффективности и его потенциал в преактивном управлении.

Развитие аналитических процедур в бизнес-аудите в условиях инновационных ориентиров.

Моделирование бизнес-процессов.

Оценка эффективности систем бизнес-аналитики. Мониторинг эффективности бизнес-процессов организации. Концепция CRM. CRM-решения. Инструментарий CRM.

Инструментальная среда поддержки принятия решений. Классификации СППР.

BI-инструменты и BI-приложения.

Б.1.В.03.11. Маркетинг инноваций

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-2.3. Участвует в оценке влияния рисков на эффективность деятельности организаций	Знает: специфику рынка инновационных продуктов, систему креативных методов маркетинга инноваций Умеет: использовать маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, диффузии инноваций и специфические техники продвижения и продаж инновационных продуктов, включая информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» Владеет: навыками оценки влияния инновационных рисков на эффективность деятельности организаций	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.2. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: конкурентные преимущества инновационных продуктов и процедуру оценивания конкурентоспособности последних, позволяющие интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами Умеет: оценивать эффективность функционирования и развития коммуникационных систем, в том числе на цифровой основе с целью интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет: навыками принятия обоснованных маркетинговых решений на стратегическом, тактическом и операционном уровнях в условиях формирования корпоративного стиля в системе маркетинговых коммуникаций	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Инновации и инновационный бизнес: специфические особенности и роль в экономике. Специфика рынка инновационных продуктов. Цели, функции и принципы концепции маркетинга инноваций. Маркетинговая инфраструктура инновационного бизнеса. Стратегия и тактика воздействия на поведение потребителя-новатора. Инновационные территориальные кластеры как инструменты повышения конкурентоспособности высокотехнологичных инноваций. Стейкхолдеры маркетинга инноваций в наукоемких отраслях.

Механизм маркетинга инноваций. Роль стратегического маркетинга при создании инноваций. Методы анализа рынка и текущего планирования маркетинга инновационных продуктов. Внутрифирменное управление маркетингом инноваций высокотехнологичных отраслей.

Система креативных методов маркетинга инноваций. Латеральный подход как креативный метод эффективного маркетинга. Холистический маркетинг - траектория сбалансированного поиска ключевых компетенций инновационного бизнеса. Социально-этический маркетинг и его роль в создании инноваций.

Маркетинговый «портрет» высокотехнологичных инноваций. Конкурентные преимущества инновационных продуктов. Оценка и обеспечение конкурентоспособности инновационных продуктов. Методология исследования конкурентоспособности новых продуктов на основе концепции маркетинга инноваций. Роль информационных технологий в маркетинговом сопровождении и анализе конкурентоспособности инноваций. Ассортиментная политика организаций-новаторов.

Специфика и факторы ценообразования инновационных продуктов. Ценообразование в инновационном бизнесе. Ценовая политика и стратегии выхода на рынок инноваций.

Место и роль товаропроводящей сети в формировании инфраструктуры инновационного бизнеса. Преимущества организации товародвижения в инновационном территориальном кластере.

Маркетинговая составляющая диффузии инноваций. Специфика рекламы высокотехнологичных продуктов. Корпоративный стиль в системе маркетинговых коммуникаций инновационной организации. Эффективность рекламных кампаний в инновационном бизнесе.

Организация маркетинга в инновационной организации.

Б.1.В.03.12. Идентификация и прослеживаемость товарно-материальных ценностей (ТМЦ)

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: терминологию, виды и методы идентификации, способы прослеживаемости ТМЦ, необходимые для слежения и контроля подлинности и качества ТМЦ, обращающихся на различных рынках, обеспечения «здоровой» конкурентной среды Умеет: реализовывать процедуры идентификации и прослеживаемости ТМЦ по технологическому, информационному и организационному направлениям Владеет: навыками применения соответствующих способов определения принадлежности объектов в условиях различных систем идентификации ТМЦ	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.3. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	Знает: преимущества автоматизированных систем идентификации и прослеживаемости ТМЦ, позволяющих своевременно убирать с рынка некачественные ТМЦ Умеет: оценивать при разработке ценовой политики качественные факторы формирования цены ТМЦ с учетом рыночной конъюнктуры Владеет: навыками реализации технологии идентификации и прослеживаемости ТМЦ с учетом нормативных регламентов данной системы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Сущность, назначение, цели и задачи идентификации и прослеживаемости ТМЦ. Отличие прослеживаемости от маркировки. Виды и методы идентификации ТМЦ. Перечень ТМЦ, подлежащих прослеживаемости. Реквизиты прослеживаемости ТМЦ. Способы идентификации и прослеживаемости ТМЦ. Технологии системы прослеживаемости ТМЦ. Автоматизация складского учета и формирования прослеживаемости ТМЦ. Направления процедур идентификации, прослеживаемости и их задачи. Выбытие ТМЦ из системы прослеживаемости.

Преимущества системы прослеживаемости ТМЦ.

Порядок организации работ по идентификации и прослеживаемости ТМЦ.

Нормативно-правовые акты, регламентирующие систему идентификации и прослеживаемости ТМЦ.

Б.1.В.03.13. Маркетинговый анализ и прогнозирование

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03.Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.3. Участвует в оценке влияния рисков на эффективность деятельности организаций ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: типы и факторы, индикаторы риска на рынке товаров Умеет: оценивать влияние рисков на маркетинговую и общую эффективность деятельности организации Владет: навыками построения аналитических моделей риска на рынке товаров	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость	Знает: формы и типы реакции рынка на маркетинговые действия, характеристики конкурентного анализа и факторы покупательского поведения Умеет: анализировать реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации, в том числе под воздействием ценообразующих факторов и изменения качественных характеристик товаров, влияющих на их стоимость Владет: навыками проведения анализа рыночной конъюнктуры, потенциала рынка и конкурентного анализа, а также прогнозирования покупательского спроса	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.3. Применяет современные подходы при оценке динамики продаж и прогнозировании продаж	Знает: принципы формирования маркетинговой аналитической системы, ведения мониторинга внешней и внутренней среды Умеет: строить гипотезы и прогнозы на основе выявленных проблем организации, выбирать методы проведения маркетингового исследования Владет: навыками анализа динамики и устойчивости развития рынка при оценке динамики продаж и прогнозировании продаж	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Цели и принципы формирования маркетинговой аналитической системы. Система маркетингового анализа и ее состав.

Идентификация и принцип классификации проблем организации. Построение гипотез и прогнозов на основе выявленных проблем организации.

Виды и измерение информации. Техники шкалирования и ранжирования. Информационные показатели.

Принципы ведения мониторинга. Мониторинг внешней и внутренней среды.

Необходимость сбора недостающей информации и подготовка к проведению маркетингового исследования. Разработка технического задания и схемы проведения маркетингового исследования. Выбор методов проведения маркетингового исследования. Формирование выборки и методы сбора информации. Подведение итогов и составление отчета маркетингового исследования.

Методы и модели анализа информации. Комбинация, критерии и алгоритм выбора методов анализа.

Динамические ряды: краткая информация о статистических параметрах маркетинговых исследований; анализ статистических характеристик и структуры временных рядов; экономико-математическое моделирование и прогнозирование рядов. Методы и модели экспоненциально-взвешенной скользящей средней.

Корреляционный анализ. Модели и методы парной и множественной регрессии.

Дисперсионный анализ.

Методы группировки и оценки маркетинговой информации.

Соответствие исследования поставленной перед ним цели. Соотношение стоимости исследования и его вероятной ценности. Своевременность и удобство исследования с точки зрения принимаемых решений.

Ситуационный анализ рынка: анализ рыночной конъюнктуры и стратегический анализ в маркетинге. Анализ масштаба и потенциала рынка. Анализ структуры рынка.

Анализ реакции рынка на формирование и изменение рыночной ситуации.

Конкурентный анализ: сущность, цели и задачи. Система показателей конкурентного анализа. Ассортиментная политика в конкурентном анализе. Роль инновационной политики в конкурентном соперничестве. Анализ конкурентных стратегий.

Анализ рыночного риска.

Анализ покупательского поведения.

Б.1.В.03.14. Организация коммерческой деятельности

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения	Знает: особенности и типовые методы организации и управления коммерческой деятельностью организаций Умеет: осуществлять комплексную подготовку разделов стратегических и тактических планов коммерческой деятельности организации и ее структурных подразделений Владеет: навыками планирования и реализации мероприятий в области организации закупок и поставок, товародвижения и продажи продуктов и услуг, сервисного сопровождения по сферам коммерческой деятельности с применением цифровых инструментов	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.1. Анализирует тенденции развития рынка и технологий в области рекламы, выбор каналов коммуникаций и эффективность программы продвижения продукта	Знает: современные, в том числе цифровые, тенденции развития рынка и технологий в области рекламы и сбыта, основы управления коммуникационными системами и формирования имиджа организации Умеет: анализировать состояние рынка рекламы и выбирать каналы коммуникаций, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет: навыками анализа эффективности программы продвижения продукта и управления брендами	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Организационно-правовые формы функционирования организаций по отраслям и сферам применения.

Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью организаций.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности: коммерческая информация и коммерческая тайна; документальное оформление коммерческих операций; средства товарной информации; товарные знаки и товарный франчайзинг; реклама.

Планирование снабжения, сбыта и организации коммерческой деятельности в организациях промышленности, сельского хозяйства и других сферах.

Стимулирование сбыта: сущность, традиционные и новые способы, роль рекламы, правила организации интерьера, система организации товарной выкладки, указатели в торговом зале.

Особенности организации и управления коммерческой деятельностью организаций оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур.

Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, сервисного обслуживания в организациях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности.

Модели построения и ведения коммерческой деятельности организаций.

Коммерческие инновации: сущность и виды, функции и жизненный цикл, источники и процессы.

Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности организации.

Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.).

Б.1.В.03.15. Маркетинг коммуникаций

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.1. Анализирует тенденции развития рынка и технологий в области рекламы, выбор каналов коммуникаций и эффективность программы продвижения продукта ИПК-5.2. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: источники информационного обеспечения и особенности разработки системы интегрированных маркетинговых коммуникаций, аспекты этики в рекламе Умеет: планировать маркетинговые коммуникации, оценивать их качество и эффективность Владеет: навыками управления системой интегрированных маркетинговых коммуникаций	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Система маркетинговых коммуникаций.
 Реклама, ее виды и характеристики.
 Каналы распространения рекламы.
 Рекламный рынок. Организация рекламы и других форм системы маркетинговых коммуникаций в организациях и рекламных агентствах.
 Планирование маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
 Связи с общественностью – Public Relations, PR.
 Психология рекламы и других элементов СМК.
 Композиция и художественное оформление. Типовые композиции рекламы, PR и других маркетинговых коммуникаций.
 Исследования в маркетинговых коммуникациях. Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций.
 Фирменный стиль. Бренд. Брендинг.
 Выставки и ярмарки.
 Мерчандайзинг. Торгово-розничная реклама, ее взаимосвязь с новейшими формами продвижения.
 Стимулирование продаж и сбыта.
 Личная продажа.
 Прямой маркетинг. Интернет-маркетинг.
 Эффективность рекламных и других маркетинговых коммуникаций.
 Система регулирования коммуникаций в маркетинге. Этика в рекламе.

Б.1.В.03.16. Маркетинговая ценовая и распределительная политика

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: современные ценовые и сбытовые инструменты продвижения и продаж товаров и услуг, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Умеет: проводить количественный анализ принятия ценовых и сбытовых решений Владеет: навыками разработки ценовых и сбытовых стратегий организации	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость ИПК-3.3. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	Знает: функции, состав и структуру цен, классификацию цен и особенности их применения Умеет: учитывать внутренние и внешние ценообразующие факторы при установлении цен на товары и услуги Владеет: приоритетным ценностно-ориентированным подходом к ценообразованию при разработке эффективной товарной и ценовой политики	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения	Знает: традиционные и новые формы организации каналов распределения Умеет: формировать и использовать оптимальные по интенсивности и длине каналы распределения Владеет: навыками создания эффективной системы товародвижения	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Цена и ее роль в комплексе маркетинга. Ценность как основа формирования цены в современных условиях развития рынка. Ценностно-ориентированный подход к ценообразованию. Функции, состав и структура цен. Классификация цен и особенности их применения. Национальные цены. Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот. Цены, используемые при внутрипроизводственном учете и статистике. Цены, используемые в маркетинге.

Цели ценовой политики организации. Процесс установления цены. Факторы и методы установления цен. Определение базисных цен и установление цены продажи.

Пассивная ценовая политика и методы затратного ценообразования. Направления совершенствования затратного ценообразования. Количественный анализ принятия ценовых решений: анализ безубыточности.

Активная ценовая политика. Психологические аспекты ценообразования. Эффекты чувствительности покупателей к уровню цен. Методы исследования чувствительности покупателей к уровням цен. Методы ценообразования, ориентированные на ценность товара для потребителя.

Нормативно-параметрические методы расчета цен.

Ценовые стратегии маркетинга. Ценообразование в фазах ЖЦТ. Тактика маркетингового ценообразования.

Модификация цен. Общая характеристика скидок как элемента ценовой политики. Скидки за количество закупаемого товара. Скидки в зависимости от времени совершения действий, связанных с покупкой. Скидки, учитывающие особенности товаров. Скидки, учитывающие особенности покупателей.

Ценовая эластичность.

Цели, задачи и основные элементы политики распределения товаров и товародвижения. Сущность, функции, характеристики и структура каналов распределения товаров и услуг. Традиционные формы организации каналов распределения. Новые формы организации каналов распределения.

Методы сбыта. Сбытовые маркетинговые системы. Цели, задачи и стратегии распределительной политики организации.

Общие представления о торговых посредниках. Независимые и зависимые торговые посредники. Типы и критерии выбора торговых посредников. Определение интенсивности и длины канала распределения. Выбор между протягивающим и проталкивающим распределением. Многоканальная стратегия.

Б.1.В.03.17. Основы дипломного проектирования

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм и методологических основ принятия организационно-управленческих и предпринимательских решений ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств	Знает: различные, в том числе и цифровые, инструменты поиска, обработки и хранения информации для системного решения задач дипломного проектирования Умеет: анализировать, систематизировать и обобщать информацию, необходимую для решения задач дипломного проектирования, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать ее с применением цифровых средств Владеет: навыками проведения оценки событий, процессов и результатов дипломного проектирования, используя современные информационные технологии и прикладные аппаратно-программные средства	
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической и управленческой теории, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов	Знает: содержание этапов дипломного проектирования с учетом специфики ВКР как НИР и «Стартап как ВКР», а также типовые подходы, отражающие указанную специфику в разработке разделов ВКР Умеет: проводить комплексную подготовку разделов ВКР, отражающих производственно-хозяйственную деятельность организации как объекта исследования по выбранной теме Владеет: навыками оценки экономической эффективности разрабатываемых маркетинговых решений и расчета влияния последних на изменение показателей хозяйственной деятельности	

сферах	ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	объекта исследования с применением цифровых средств	
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые	Знает: основные направления сбора информации для раскрытия темы ВКР, подходы к проведению анализа собранной информации, методы и инструменты сбора, и обработки информации, в том числе цифровой, для описания возможных проектных маркетинговых решений Умеет: анализировать взаимосвязи между элементами маркетинговой стратегии организации в контексте бизнес-окружения с целью разработки экономически целесообразных проектных решений Владеет: навыками оценки экономической эффективности разрабатываемых маркетинговых решений и бизнес-возможностей их реализации с точки зрения их позитивного влияния на изменение целевых показателей хозяйственной деятельности организации с применением цифровых инструментов	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Этапы дипломного проектирования. Подготовительный этап: подготовка тематики выпускных квалификационных работ в соответствии с ФГОС 38.03.06 «Торговое дело» и направленностью подготовки специалиста; выбор тем ВКР и выдача заданий на ВКР; руководство выполнением выпускной квалификационной работы и прохождение нормоконтроля; цель и задачи преддипломной практики; соответствие места преддипломной практики теме ВКР; итоги преддипломной практики.

Общие требования к выпускной квалификационной работе: алгоритм выполнения и разработка индивидуального плана-графика, типовая структура и составление развернутого плана ВКР, содержание основных разделов.

Содержание и специфика научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Языковые особенности научного стиля речи.

Требования к ВКР, выполняемой в формате «Стартап как ВКР». Способы подтверждения наличия команды проекта. Порядок отбора ВКР, выполняемых в формате «Стартап как ВКР». Сопровождение обучающихся, выполняющих ВКР в формате «Стартап как ВКР».

Оформление выпускной квалификационной работы: общие требования; оформление таблиц, рисунков и приложений; раздаточного материала и презентации. Рекомендации к подготовке доклада для защиты ВКР.

Процедуры подготовки к защите (в том числе получение допуска) и защиты выпускной квалификационной работы. Порядок проведения защиты ВКР в формате «Стартап как ВКР». Критерии оценки ВКР.

Разработка программы сбора и систематизации исходных данных. Библиографический поиск и изучение специальной и периодической литературы по избранной тематике. Основные направления сбора информации по результатам специальных аналитических исследований маркетинговых аспектов объекта и предмета ВКР.

Подходы к проведению анализа в рамках темы исследования: ценовая и распределительная политика; маркетинг коммуникаций; интернет-маркетинг и др.

Оценка экономической эффективности разрабатываемых маркетинговых решений: исследовательских, в области товарной, ценой, распределительной и коммуникационной политики, по усилению бренда организации. Расчет влияния эффективности маркетинговых решений на изменение показателей хозяйственной деятельности организации.

Б1.В.ДВ.01.1. Цифровая трансформация бизнеса

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.01 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: закономерности развития новых технологий, определяющих цифровую трансформацию, а также подходы и концепции, факторы и тренды цифровой трансформации, необходимые для управления маркетингом организации Умеет: осуществлять подготовку маркетинговых процессов для цифровых преобразований и перехода к цифровому управлению маркетингом, а также выделять отношения сотрудничества и конкуренции между участниками цифровой трансформации Владеет: методами и способами оценивания степени цифровизации на уровне маркетинга организации и эффектов цифровой трансформации посредством платформизации	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы цифровой экономики: сущность, эволюционные аспекты цифровизации экономики, цифровые технологии. Закономерности развития новых технологий и цифровая трансформация. Новые технологии, определяющие цифровую трансформацию.

Введение в цифровую трансформацию. Роль цифровой трансформации. Цифровая трансформация в экономике и менеджменте. Подходы и концепции цифровой трансформации. Сохраняющие и подрывающие новации. Жизненный цикл внедрения новой технологии. Конвергенция технологий и цифровая трансформация. Консьюмеризация ИТ и информатизация пользователей. Изменение поведения пользователей. Факторы и тренды цифровой трансформации. Роль коммерциализации в развитии цифровых технологий.

Подходы к процессу цифровой трансформации и дорожная карта. Эффекты цифровой трансформации.

Цифровые платформы как инструмент цифровой трансформации: значение, сущность, структурные элементы. Предпосылки платформизации. Цифровые платформы и ускорение цифрового бизнеса. Ускорение технологического прогресса. Условия эффективной платформизации. Цифровая платформа как бизнес-модель.

Бизнес-процессы как основа цифровых преобразований. Отношения сотрудничества и конкуренции при цифровой трансформации.

Эволюция управления в цифровой экономике. Сетевое управление. Переход к цифровому управлению. Роль ИТ-инфраструктуры в цифровой трансформации. Перспективы ИТ-аутсорсинга.

Подготовка кадров для цифровой экономики. Ключевые компетенции в цифровой экономике. Цифровые навыки. Проблемы цифровой трансформации. Управление изменениями при цифровой трансформации.

Особенности цифровой трансформации российской экономики. Перспективы создания единой цифровой платформы для цифровой трансформации экономики России.

Оценка цифровой трансформации на страновом уровне. Оценка степени цифровизации на уровне индустрии, города, компании. Эффекты цифровой трансформации посредством платформизации.

Б1.В.ДВ.01.2. Маркетинговые метрики

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.01 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: теоретические подходы к пониманию проблемы измерения результативности маркетинга через группы маркетинговых метрик Умеет: анализировать и интерпретировать полученные маркетинговые результаты с целью использования их для принятия управленческих решений Владеет: навыками расчета различных маркетинговых метрик по группам в рамках проведения маркетингового аудита и стратегического контроля	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.3. Участвует в оценке влияния рисков на эффективность деятельности организаций	Знает: место контроля результативности маркетинга в деятельности организации и цепочку результативности маркетинга Умеет: оценивать влияние финансовых и нефинансовых рисков на эффективность маркетинговой деятельности организации Владеет: навыками использования маркетинговых метрик при контроле выполнения годовых планов и рентабельности маркетинга	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость	Знает: маркетинговые метрики, используемые в управлении ценообразованием Умеет: анализировать диапазон цен на товары, работы, услуги на основе использования маркетинговых метрик в управлении ценообразованием Владеет: навыками разработки политики ценообразования, оценки внутренних и внешних факторов, влияющих на формирование цены, проведения корректировки цен на основе использования маркетинговых метрик	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Проблема измерения результативности маркетинга. Теоретические подходы к пониманию маркетинговых метрик. Контроль результативности маркетинга и его место в деятельности организации. Цепочка результативности маркетинга.

Сущность и цели использования маркетинговых метрик. Группы маркетинговых метрик. Метрики, связанные с рынком: доля рынка, относительная доля рынка, концентрация рынка, индекс развития и показатель проникновения бренда на рынок.

Метрики, связанные с потребителями: осведомленность, отношение и использование товаров, удовлетворенность потребителя, желание рекомендовать и желание искать, коэффициент удержания и ценность потребителя.

Метрики в управлении продажами: оценка деятельности сбытового персонала, анализ каналов распределения.

Метрики в управлении товарной политикой: коэффициенты пробных и повторных покупок, коэффициент каннибализации товаров (брендов), измерение марочного капитала (маркетинговый и финансовый подходы).

Метрики в управлении ценообразованием.

Метрики в продвижении товара: стимулирование сбыта, реклама и медиапланирование.

Метрики в оценке эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет: кликабельность рекламных материалов, стоимость клика, стоимость целевого действия, стоимость продажи.

Метрики, связанные с контентом сайта, социальной страницей и др.: трафик, число подписчиков, число просмотров, число комментариев, число ссылок.

Специальные метрики: число подписчиков, охват аудитории, кликабельность, число публикаций на страницах пользователей, число лайков, вовлеченные пользователи.

Метрики, связанные с SEO - оптимизацией ресурсов: число переходов на сайт, число лидов, число ссылок, СТА-конверсия, принятые предложения, процент конверсии, количество отказов.

Метрики оценки эффективности PR-манипуляций и брендинга: посещение с гостевых постов.

Контроль выполнения годовых планов, рентабельности маркетинга.

Маркетинговый аудит. Стратегический контроль.

Б1.В.ДВ.02.1. Международный маркетинг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.02 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: основные концепции и стратегии развития международного маркетинга Умеет: применять современные методики и инструменты международного маркетинга, в том числе цифровые, для управления маркетинговой деятельностью организации Владеет: современными техниками и методами продвижения и продаж товаров на мировом рынке, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.3. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования ИПК-3.4. Применяет современные подходы при разработке эффективной товарной и ценовой политики	Знает: особенности ценообразования в международном маркетинге и факторы среды международного маркетинга Умеет: формировать внешнеторговые цены на основе оценки внутренних и внешних факторов ценообразования, корректировать цены на основе мировой рыночной конъюнктуры Владеет: навыками разработки политики ценообразования в международном маркетинге, организации и регулирования международной маркетинговой деятельности	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения	Знает: особенности международной сбытовой политики, критерии выбора канала распределения Умеет: организовывать деятельность по развитию розничных сетей в других странах Владеет: навыками разработки эффективных решений при формировании каналов распределения для внешней торговли	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс	ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: особенности брендинга в мировой торговле, отличия глобального и многонационального брендинга Умеет: оценивать стоимость, конкурентный статус и рыночную позицию международных брендов, использовать стратегии международных брендов в деятельности организации Владеет: навыками построения современных моделей, в том числе	31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-

маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами		цифровых, развития и управления брендом организации на мировом рынке	маркетингу
--	--	--	------------

Краткое содержание дисциплины:

Предпосылки развития международного маркетинга и его значение на современном этапе развития общества.

Существо, объект, субъект, цели и виды, особенности международного маркетинга. Транснациональная корпорация – ключевой субъект международного маркетинга. Мотивы и риски выхода организаций на зарубежные рынки. Стадии перехода к глобальному маркетингу.

Стратегии международного маркетинга.

Среда международного маркетинга: политическая, экономическая, правовая, социально-культурная, научно-техническая, демографическая, природно-географическая. Современная инфраструктура международного бизнеса и предпринимательский климат.

Маркетинговая информационная система в международном маркетинге. Международные маркетинговые исследования: направления, оценка надежности зарубежных деловых партнеров. Существо, виды и типы международной сегментации. Методы и стадии исследования международных рынков. Международные исследовательские организации.

Сущность и виды международных маркетинговых стратегий. Факторы, определяющие выбор стратегии. Операционное, тактическое и стратегическое маркетинговое планирование.

Стратегии выбора целевых рынков за рубежом. Стратегии проникновения на внешние рынки. Стратегии ухода с зарубежных рынков и деинвестирование. Позиционирование товара и организации на зарубежных рынках.

Способы выхода организации на внешние рынки. Экспорт как способ выхода на внешние рынки. Совместная предпринимательская деятельность. Прямое инвестирование.

Товарная политика на внешних рынках: стандартизация и адаптация товаров для внешних рынков. Новый товар в международном маркетинге. Особенности жизненного цикла товара на внешних рынках. Упаковка и маркировка товаров. Товарный знак на внешних рынках. Сервисное обслуживание. Товарный ассортимент в международном маркетинге.

Особенности ценообразования в международном маркетинге. Формирование внешнеторговых цен. Условия поставки и их учет при установлении цены. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

Сущность международной сбытовой политики. Основные решения при формировании каналов распределения для внешней торговли. Критерии выбора канала распределения. Интегрированная логистика в международном маркетинге. Организация деятельности по развитию розничных сетей в других странах.

Международные маркетинговые коммуникации: международная реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, личные продажи, прямой международный маркетинг, коммуникации в многоуровневом (сетевом) маркетинге, международные ярмарки и выставки. Call-центр как эффективный центр коммуникаций.

Брендинг и классификация международных брендов. Стратегии и оценки международных брендов. Бренды стран и территорий на мировом рынке.

Организация и регулирование международной маркетинговой деятельности.

Б1.В.ДВ.02.2. Маркетинг услуг

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.02 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: особенности маркетинга в сфере услуг и инструменты управления им Умеет: применять современные методики и инструменты маркетинга услуг, в том числе цифровые, для управления маркетинговой деятельностью организации Владеет: современными техниками и методами продвижения и продаж товаров на рынке услуг, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-3. Способен разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цен на основе рыночной конъюнктуры	ИПК-3.1. Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги с учетом ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на их стоимость	Знает: особенности ценообразования в сервисной сфере и факторы среды международного маркетинга Умеет: формировать цены на услуги с учетом оценки внутренних и внешних факторов ценообразования, корректировать цены на основе рыночной конъюнктуры Владеет: навыками разработки политики ценообразования в маркетинге услуг, организации и регулирования маркетинговой деятельности в сфере услуг	08.035 Маркетолог 08.026 Специалист в сфере закупок 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.2. Формирует и применяет оптимальные каналы распределения; демонстрирует навыки в создании эффективной системы товародвижения	Знает: особенности сбытовой политики в сфере услуг, критерии выбора канала распределения услуг Умеет: организовывать деятельность по развитию сферы услуг на основе маркетинговой деятельности Владеет: навыками разработки эффективных решений при формировании каналов распределения услуг	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Рынок услуг и его особенности.

Общая характеристика маркетинга в сфере услуг.

Маркетинговая среда сферы услуг.

Детерминанты рыночного спроса в сфере услуг. Влияние технологических, демографических, экономических, природных, политико-правовых, культурных факторов на сферу услуг.

Маркетинговые исследования на рынке услуг.

Формирование услуги на рынке: сегментация и выбор целевых потребителей, позиционирование и репозиционирование услуг.

Потребительское поведение на рынке услуг. Покупательские риски и пути их уменьшения. Маркетинг услуг и клиентинг. Конкурентоспособность услуг. Стандарты обслуживания. Жизненный цикл услуги и риски, связанные с выводом новой услуги на рынок.

Особенности ценообразования в сервисной сфере. Установление цены на услугу.

Ценовые стратегии в сфере услуг.

Каналы распределения услуг.

Различия коммуникационных стратегий для услуг и товаров. Разработка программы маркетинговых коммуникаций в сфере услуг. Марочная политика в сфере услуг.

Торговый маркетинг и услуги мерчандайзинга.

Б1.В.ДВ.03.1. Теория и практика потребительского поведения

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей как объект маркетинговых исследований, определяющие модель процесса покупки Умеет: применять релевантные методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования поведения потребителей Владеет: технологией проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и навыками интерпретации полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Потребности как предпосылки производства. Содержание поведения потребителей. Направления исследования потребителей.

Зарождение и эволюция теорий потребления. Изучение потребителя на разных этапах эволюции маркетинга.

Подходы к моделированию поведения потребителей. Факторы, влияющие на потребителя. Типология покупательских решений. Поведенческая сегментация.

Модель процесса покупки. Предпокупочные этапы потребительского поведения. Функциональные карты сегментации. Послепокупочные этапы потребительского поведения.

Особенности рынка организаций. Модель покупательского поведения организации. Типы закупочных ситуаций. Организационный стиль. Коммерческие переговоры.

Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Влияние культуры на поведение потребителя:

- механизм действия элементов культуры на человека,
- влияние культурных ценностей на потребление,
- внутрикультурные и межкультурные коммуникации,
- влияние моды на поведение потребителя; структура моды,
- кросс-культурный маркетинг.

Влияние социального положения на поведение потребителя:

- социальное положение и статусы потребителей,
- социальная стратификация потребителей,
- методы определения социального положения,
- учет социальной стратификации в маркетинге.

Влияние референтных групп на поведение потребителя:

- референтные группы и их классификация,
- формы влияния референтных групп,
- исследование и учет группового влияния на потребителя.

Персональное влияние на потребителя:

- лидеры мнений среди потребителей,
- распространение информации среди потребителей,
- учет межличностного влияния в маркетинге,
- влияние продавца на покупателя.

Потребительское поведение домашнего хозяйства:

- факторы, влияющие на поведение домашнего хозяйства,
- распределение ролей в потребительском поведении домашнего хозяйства,
- концепция жизненного цикла домашнего хозяйства,
- потребительская социализация.

Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей:

- этапы обработки информации индивидом,
- основные закономерности восприятия,
- факторы, влияющие на обработку информации,
- учет механизма обработки информации в маркетинге.

Знания и отношение потребителей:

- содержание и организация знаний потребителя о продукте,
- отношение потребителей,
- изучение знаний и отношений.

Обучение потребителей:

- цели обучения потребителей,
- основные характеристики обучения,
- методы обучения и усиления запоминаемости у потребителей,
- обучение в стратегии маркетинга.

Мотивация и эмоции потребителей:

- сущность мотивации и эмоций,
- теории мотивации,
- учет мотивации и эмоций в маркетинге.

Ценности и личность потребителя:

- личные ценности и их изучение,
- личность и теории личности,
- учет ценностей и личности потребителя в маркетинге.

Ресурсы и жизненный стиль потребителя:

- ресурсы потребителей,
- распределение ресурсов в потребительском поведении,
- стиль и образ жизни потребителей,
- методы описания жизненных стилей.

Этические проблемы маркетинга и социальная ответственность бизнеса.

Общественная и правовая защита потребителей.

Б1.В.ДВ.03.2. Управление лояльностью потребителей

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.03 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде	ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих решений	Знает: методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования выявления удовлетворенности и лояльности клиентов Умеет: проводить маркетинговые исследования для последующего измерения лояльности и удовлетворенности клиентов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Владеет: навыками анализа маркетинговой информации о факторах и уровне лояльности и удовлетворенности клиентов, в том числе в цифровой среде	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые	Знает: особенности маркетинга взаимоотношений и инструменты управления им Умеет: применять современные методики и инструменты маркетинга взаимоотношений, в том числе цифровые, для управления маркетинговой деятельностью организации Владеет: навыками управления взаимоотношениями с потребителями и оценки эффективности монобрендовых и коалиционных программ лояльности	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Лояльность как цель маркетинга взаимоотношений. Отношения как основа построения лояльности. Маркетинг взаимоотношений. Удовлетворенность потребителей как условие для создания лояльности.

Потребительская лояльность: существо, типология, взаимодействие с различными сегментами рынка по лояльности.

Методы измерения лояльности и удовлетворенности. Основные подходы к измерению лояльности (измерение поведенческих и воспринимаемых индикаторов).

Методы измерения поведенческой и воспринимаемой лояльности. Определение факторов (компонент) лояльности и удовлетворенности. Определение уровня лояльности и удовлетворенности.

Управление взаимоотношениями с потребителями: процесс. Привлечение потребителей: цели, процесс, методы и инструменты, воронка продаж, показатели конверсии, осведомленности, узнаваемости, доступности товара на рынке.

Удержание потребителей: коэффициент удержания на рынках B2B и B2C, виды и показатели оттока потребителей.

Сравнительная характеристика стратегий привлечения и удержания клиентов.

Развитие отношений с клиентами и формирование клиентского капитала. Пожизненная ценность клиента: сущность, методы и подходы, расчет. Сегментация на основании пожизненной ценности и длительность взаимоотношений с клиентом. Маркетинговые стратегии, направленные на увеличение пожизненной ценности клиента. Формирование клиентского капитала (потребительского актива).

Формирование и анализ клиентской базы: сущность, элементы, методы формирования, решения по изменению размера клиентской базы.

Методы анализа клиентской базы.

Программы лояльности: классификация, этапы разработки. Оценка эффективности монобрендовых программ лояльности. Методика определения эффектов и эффективности коалиционной программы лояльности.

Б1.В.ДВ.04.1. PR в сфере торговли

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.04 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: место и роль внутрикорпоративной и консалтинговой PR-деятельности в системе интегрированных коммуникационных коммуникаций, а также процесс планирования PR-программ Умеет: реализовывать эффективные PR-коммуникации при управлении маркетинговой деятельностью организации Владеет: инструментами бюджетирования паблик рилейшнз и оценки PR-деятельности, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-5. Способен разрабатывать коммуникационные системы, в том числе на цифровой основе, и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	ИПК-5.2. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-5.3. Формирует имидж организации; применяет современные модели развития и управления брендом организации	Знает: особенности формирования имиджа на основе развития внутрикорпоративных связей с общественностью и формирования общественного мнения Умеет: встраивать в интегрированные маркетинговые коммуникационные системы корпоративные PR-коммуникации для продвижения товаров Владеет: навыками формирования имиджа организации с помощью корпоративных PR-коммуникаций, применения современных моделей развития и управления ее брендом	31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Формирование бизнес-PR на фоне исторического развития коммерческих отношений. Бизнес-PR как компонент сферы паблик рилейшнз. Задачи, принципы, функции, субъекты бизнес-PR. Маркетинговый PR. Эволюция развития паблик рилейшнз. Международные PR-ассоциации. Паблицитный капитал. Паблик рилейшнз и близкая к ним деятельность.

Планирование PR-программ.

PR-общественность коммерческой организации: сущность, типология групп, целевые и приоритетные группы. Особенности работы с разными группами общественности.

Мнение общественности и установка (ориентация, коориентация, влияние на установку, мотивация изменения установки). Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения. Социологические исследования.

Корпоративное позиционирование как основа борьбы за внимание общественности: сущность, разработка. Корпоративные коммуникации как инструмент позиционирования.

Нейминг в бизнес-PR: критерии выбора удачного коммерческого имени, основные способы образования имени, этапы нейминга.

Внутрикорпоративные связи с общественностью: сущность, цели и задачи, методы.

Корпоративная культура и внутрикорпоративные связи с общественностью: сущность корпоративной культуры и ее составляющие.

Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью: классификация, корпоративный блог как инструмент PR.

PR-служба: структура и функции. Внешний консалтинг.

Бюджетирование паблик рилейшнз. Оценка PR-деятельности.

Этика и PR: этические кодексы, лицензирование, аккредитация, сертификация, требования к PR-специалисту.

Спонсорство: выгоды, причины, типы.

Паблик рилейшнз в международной сфере.

Б1.В.ДВ.04.2. Эконометрика и моделирование

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.04 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: технологию построения эконометрических моделей, а также методы их анализа и верификации для комплексной подготовки плана маркетинговой деятельности организации Умеет: проводить процедуры предварительного анализа данных и моделирование маркетинговой деятельности с последующей оценкой качества построенных моделей. Владеет: навыками разработки маркетинговой стратегии организации с детализацией по мероприятиям и их бюджетированию, выделением целевых показателей мониторинга и оценки результативности на основе эконометрического моделирования, в том числе в цифровой среде	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
ПК-4. Способен разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	ИПК-4.1. Применяет современные подходы при разработке сбытовой политики организации ИПК-4.3. Применяет современные подходы при оценке динамики продаж и прогнозировании продаж	Знает: особенности и основные этапы эконометрического моделирования в области сбытовой политики организации Умеет: оценивать динамику продаж и прогнозировать продажи через различные каналы распределения Владеет: навыками разработки эффективных решений в области сбытовой политики организации на основе построения эконометрических моделей	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения

Краткое содержание дисциплины:

Предмет и методы эконометрики. Характеристика взаимосвязей. Основные этапы построения эконометрической модели.

Парная регрессия и корреляция в эконометрических исследованиях. Спецификация модели. Линейная регрессия и корреляция: смысл и оценка параметров (метод наименьших квадратов и матричный метод).

Оценка существенности параметров линейной регрессии и корреляции. Интервалы прогноза по линейному уравнению регрессии. Средняя ошибка аппроксимации.

Нелинейная регрессия и линеаризация регрессионных моделей с одной объясняющей переменной. Корреляция для нелинейной регрессии.

Множественная регрессия и мультиколлинеарность. Спецификация модели. Отбор факторов при построении множественной регрессии. Выбор формы уравнения регрессии.

Оценка параметров уравнения множественной регрессии. Частные уравнения регрессии. Множественная корреляция. Частная корреляция. Оценка надежности результатов множественной регрессии и корреляции. Фиктивные переменные во множественной регрессии.

Предпосылки метода наименьших квадратов. Обобщенный метод наименьших квадратов.

Анализ и моделирование одномерных временных рядов: основные элементы временного ряда, модели стационарных и нестационарных временных рядов, автокорреляция уровней временного ряда и выявление его структуры. Процедуры предварительного анализа данных. Моделирование сезонных и циклических колебаний.

Оценка качества построенных моделей.

Динамические эконометрические модели.

Системы эконометрических уравнений. Структурная и приведенная формы модели. Проблема идентификации. Оценивание параметров структурной модели.

Б1.В.ДВ.05.1. Контекстная реклама

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.05 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики ИУК – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств.</p>	<p>Знает: механизм действия и технологии производства и реализации контекстной рекламы Умеет: выстроить базу, сформировать и реализовать стратегии контекстных рекламных кампаний и основных сервисах Рунета (Яндекс.Директ, GoogleAdWords), исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения маркетинговых задач цифровой экономики Владеет: инструментами проведения анализа эффективности реализуемых контекстных рекламных кампаний и перестраивания сложившихся способов решения маркетинговых задач</p>	
<p>ПК-1. . Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде</p>	<p>ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих</p>	<p>Знает: методы сбора, средства хранения и обработки цифровой маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования по выявлению результативности контекстной рекламной кампании Умеет: проводить маркетинговые исследования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для последующего измерения уровня достижимости конверсионной цели Владеет: навыками анализа цифровой маркетинговой информации о вариантах коммерциализации размещений контекстной рекламы на сайте организации</p>	<p>08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения</p>

	решений		
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.1. Применяет современные методики управления маркетингом и маркетинговые инструменты, в том числе цифровые ИПК-2.2. Использует современные техники и методы продвижения и продаж, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: основы медиапланирования в контекстной рекламе и используемые цифровые инструменты для управления маркетинговой деятельностью организации Умеет: использовать инструменты веб-аналитики для получения максимума трафика со всех каналов, проводить аудит сайта Владеет: инструментами прогнозирования охвата и доходов, оценки перспектив роста от реализации контекстной рекламной кампании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Сущность контекстной рекламы. Реклама, связанная с интересами пользователя и с текстом. Механизм действия контекстной рекламы.

Рынок контекстной рекламы. Покупатели контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Места продажи контекстной рекламы.

Производство контекстной рекламы: поисковой, контекстно-зависимой. Типовые стратегии контекстных рекламных кампаний. Типовые ошибки контекстных рекламных кампаний. Автоматизация работы с контекстной рекламой. Профессиональные приемы работы. Недобросовестная конкуренция в контекстной рекламе.

Оценка эффективности контекстной рекламы: главные вопросы и главные идеи веб-аналитики. Цели и конверсия. Инструменты веб-аналитики. Методы повышения эффективности контекстных рекламных кампаний. Исследование поведения пользователей до конверсии. Кликфрод: причины, распознавание и борьба с ним.

Продажи контекстной рекламы. Коммерциализация размещений контекстной рекламы на сайте организации. Прогнозирование доходов и оценка перспектив участия в партнерской программе. Сравнительная характеристика контента и рекламы. Участие в основных рекламных сетях.

Б1.В.ДВ.05.2. Статистическое программное обеспечение

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.ДВ.05 Профессиональный модуль).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся экономических ресурсов и ограничений для решения задач цифровой экономики – 2.3. Перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов, в том числе с использованием цифровых средств.</p>	<p>Знает: методологию решения профессиональных задач с использованием современных систем статистического анализа на ПК Умеет: работать в MS EXCEL и с универсальным пакетом STATISTICA по системному подходу к обработке данных: анализу закономерностей в данных, всестороннему и последовательному исследованию статистической информации, формированию статистических выводов для разработки оптимальных проектных решений Владеет: цифровыми инструментами проведения статистического анализа для перестраивания сложившихся способов решения маркетинговых задач, выдвижения альтернативных вариантов действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов с использованием цифровых средств.</p>	
<p>ПК-1. . Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру товарного рынка, в том числе в цифровой среде</p>	<p>ИПК-1.1. Применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, в том числе цифровой, для проведения маркетингового исследования ИПК-1.2. Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК-1.3. Проводит анализ и интерпретацию полученных результатов с целью использования их для принятия управленческих</p>	<p>Знает: статистические методы сбора, средства хранения и обработки цифровой маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования Умеет: проводить маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для анализа рыночной конъюнктуры Владеет: навыками автоматизированного статистического анализа маркетинговой информации и интерпретации его результатов с целью использования для принятия маркетинговых решений</p>	<p>08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения</p>

	решений		
ПК-2. Способен к практическому использованию современных концепций управления маркетинговой деятельностью организации	ИПК-2.4. Демонстрирует навыки приобретения новых, расширения и углубления полученных ранее знаний и умений, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Знает: основы технологии проведения автоматизированного статистического анализа и его методы для управления маркетинговой деятельностью организации Умеет: использовать инструменты автоматизированного статистического анализа, организовывать хранение и обработку данных Владет: навыками реализации в сфере профессиональной деятельности приобретенных компетенций в области статистического программного обеспечения	08.035 Маркетолог 31.012 Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения 06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Краткое содержание дисциплины:

Статистический анализ данных в MS EXCEL. Описательная статистика и стандартные статистические функции. Дисперсионный анализ и стандартные статистические функции. Статистические методы изучения взаимосвязей и стандартные статистические функции. Методы анализа временных рядов и стандартные статистические функции. Надстройка «Пакет анализа».

Статистический анализ данных в системе STATISTICA. Организация хранения и обработки данных. Первичный анализ данных. Графические возможности системы STATISTICA. Регрессионный анализ. Непараметрическая статистика. Анализ временных рядов и прогнозирование.

Современные системы статистического анализа на ПК, используемые за рубежом.

Ф.01. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО

Дисциплина относится к Блоку Ф.00. Факультативные дисциплины программы бакалавриата.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: о многообразии форм добровольческой (волонтерской) деятельности и мотивации добровольцев (волонтеров) Умеет: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде Владеет: способами осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в процессе добровольческой (волонтерской) деятельности
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни	Знает: о добровольчестве (волонтерстве) как ресурсе личностного роста и общественного развития Умеет: взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ; дополнять профессиональные знания на основе самостоятельного поиска и использования оригинальных устных, печатных и электронных источников Владеет: навыками в сфере организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственными им организациям
УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	ИУК-9.1. Демонстрирует знания базовых принципов дефектологии, эмпатии и психологической поддержки ИУК-9.2. Осуществляет взаимодействие с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами на основе гуманистических ценностей	Знает: проблемы социальных групп, нуждающихся в волонтерской поддержке; технологии социального волонтерства Умеет: обосновывать выбор технологий социальной профилактики в соответствии с особенностями социальных групп, нуждающихся в волонтерской поддержке Владеет: навыками в сфере организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственными им организациям

Краткое содержание дисциплины:

Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития
 Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности
 Организация работы с волонтерами
 Взаимодействие с социально ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями

Ф.02. Коррекционные, коммуникационные и психолого-педагогические технологии социальной адаптации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ

Дисциплина относится к Блоку Ф.00. Факультативные дисциплины программы бакалавриата.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты	Знает: коррекционные, коммуникационные и психолого-педагогические технологии социальной адаптации Умеет: осуществлять различные формы социального взаимодействия в целях обеспечения сотрудничества в решении социальных и профессиональных задач; использовать специальные информационные и коммуникационные технологии в учебной и будущей профессиональной деятельности; Владеет: навыками профессионального и межличностного общения; профилактики, разрешения и урегулирования конфликтных ситуаций

Краткое содержание дисциплины:

Организации учебного процесса в университете
Социальная адаптация: специфика в условиях образовательного учреждения
Когнитивные технологии в образовательном процессе
Адаптивные информационные и коммуникационные технологии
Технологии социальной адаптации в условиях образовательной деятельности и практика межличностного общения
Конфликт в практике межличностного и делового общения
Информационная среда и безопасность

Ф.03. Профессиональное становление в процессе социализации обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ

Дисциплина относится к Блоку Ф.00. Факультативные дисциплины программы бакалавриата.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни	Знает: механизмы социальной и профессиональной адаптации; основы и сущность профессионального самоопределения и профессионального развития Умеет: планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения Владеет: навыками целеполагания и проектирования карьеры

Краткое содержание дисциплины:

Социальная и профессиональная адаптация

Профессиональное самоопределение и развитие

Социально-правовые аспекты профессионального становления инвалидов и лиц с

ОВЗ

Ф.04. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Дисциплина относится к Блоку Ф.00. Факультативные дисциплины программы бакалавриата.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК 4.3. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей	Знает: иностранный язык на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации Умеет: вести беседу (диалог, переговоры) профессиональной направленности на иностранном языке; составлять и оформлять рабочую документацию, характерную для профессиональной сферы, на иностранном языке; профессионально пользоваться словарями, справочниками и другими источниками информации Владеет: иностранным языком на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации

Краткое содержание дисциплины:

Термины профессиональной области и упражнения на закрепление терминов.
Чтение текстов по профессионально-ориентированной тематике. Говорение

Аннотирование. Правила реферирования и аннотирования. Академическое письмо.
Косвенная речь