



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по учебной работе

А.Б. Безбородов

«24» 06 2016 г.

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования по
направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)
Направленность (профиль): Маркетинг**

Блок I.	Дисциплины (модули)	Аннотации
	Базовая часть Философия	<p>Дисциплина «Философия» является частью базовой части дисциплин учебного плана по направлению подготовки Менеджмент (академический бакалавр). Дисциплина реализуется философским факультетом.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием истории философской мысли: Античная философия, философия Средних веков и эпохи Возрождения, философия Нового времени, Немецкая классическая философия, Философия Просвещения, Постклассическая философия, Русская философия, Философия постмодерна; многообразие понимания философии, ее предмета и роли в культуре, основных проблемы философских дисциплин: онтологии, эпистемологии, философии науки, философии истории, этики, социальной философии, философской антропологии.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурной компетенции выпускника ОК-1 – Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме одной контрольной работы, промежуточный контроль в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы 108 часов.</p>
	История России до XX века	<p>Дисциплина «История России до XX века» относится к базовой части изучаемых студентами дисциплин. Дисциплина реализуется на факультете архивного дела ИАИ РГГУ кафедрой Истории России средневековья и нового времени.</p> <p>Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов основы представлений о предмете и методах исторической науки, познакомить их с узловыми моментами, закономерностями и особенностями исторического развития России; определить место и роль российской цивилизации в мировой системе; сравнить российскую модель развития средневекового общества и государства с процессами, происходившими в других странах.</p> <p>Задачи дисциплины: рассмотреть узловые моменты истории России до XX века, выделить основные механизмы и инструменты общественного развития в</p>

		<p>данный период; дать представление о задачах, функциях и методах исторической науки; ознакомиться с предпосылками формирования историко-культурных и ментальных стереотипов российской истории; познакомить студентов с понятийным аппаратом исторической науки и инструментами изучения истории; сформировать у студентов навыки научно-исследовательского поиска и критического анализа источников и литературы по данному периоду истории развития России</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования: Знать: движущие силы и закономерности исторического процесса; роль насилия и ненасилия в истории, место человека в историческом процессе, политической организации общества Уметь: уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия Владеть: терминологией, навыками публичной и научной речи.</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля знаний студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад как форма текущего контроля успеваемости; - контрольная работа; - практические и творческие задания; - зачёт с оценкой как итоговая форма контроля. <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет – 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам.</p>
История России XX века		<p>Дисциплина (модуль) «История России XX века» является частью базового цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки "менеджмент", профиль «международный менеджмент».</p> <p>Дисциплина (модуль) реализуется кафедрой истории России новейшего времени ИАИ РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): сформулировать у студентов комплексное представление об этапах и наиболее значимых событиях социального, экономического, политического и культурного развития России в новейшее время.</p> <p>Задачи дисциплины :</p> <ul style="list-style-type: none"> *проанализировать особенности экономического развития СССР в период, предшествовавший Великой Отечественной войне; *выявить модернизационные черты и особенности экономического развития СССР в период второй половины 1940-х – 1980-х годов; * определить особенности структуры советского общества на различных этапах его развития; * проследить особенности политической системы советского государства в условиях начального периода развития советского государства, периода существования культа личности И.В. Сталина, деятельности Н.С. Хрущёва и Л.И. Брежнева, периода перестройки; *ознакомить студентов с наиболее значимыми проектами

		<p>политического, экономического и культурного развития СССР;</p> <p>*проследить тенденции и факты развития духовной жизни советского общества;</p> <p>*акцентировать внимание обучающихся на дискуссионных проблемах изучения истории России советского периода.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции. <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся :</p> <p>Должен знать</p> <ul style="list-style-type: none"> -историческое наследие и культурные традиции народов, жавших на территории СССР; -движущие силы и закономерности исторического процесса, место личности в историческом процессе и политической организации общества применительно к советскому периоду отечественной истории; -наиболее значимые факты, явления и события в области всеобщей и отечественной истории; -базовые принципы исторического и политологического подходов к изучению истории России советского периода. <p>Должен уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять научные методы при изучении явлений и событий развития государства и общества; -использовать теоретические знания и методы исследования истории России при создании исследований различного квалификационного уровня. <p>Должен владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - категориями и методами экономической науки для изучения исторических явлений хозяйственного развития России; -навыками самостоятельного анализа и научной оценки исторических явлений в развитии России; -навыками реферирования и аннотирования научной литературы по изучаемой дисциплине, навыками редакторской работы. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки докладов, работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 36 часов.</p>
История современной России		<p>Дисциплина (модуль) «История современной России» является частью базового цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки "менеджмент", профиль «международный менеджмент».</p> <p>Дисциплина (модуль) реализуется кафедрой истории России новейшего времени ИАИ РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): сформулировать у студентов комплексное представление об этапах и наиболее значимых событиях социального, экономического, политического и культурного развития России в новейшее время.</p> <p>Задачи дисциплины :</p> <ul style="list-style-type: none"> *проанализировать особенности экономического развития СССР в период, предшествовавший Великой Отечественной войне; *выявить модернизационные черты и особенности экономического

		<p>развития СССР в период второй половины 1940-х – 1980-х годов;</p> <ul style="list-style-type: none"> * определить особенности структуры советского общества на различных этапах его развития; * проследить особенности политической системы советского государства в условиях начального периода развития советского государства, периода существования культа личности И.В. Сталина, деятельности Н.С. Хрущёва и Л.И. Брежнева, периода перестройки; *ознакомить студентов с наиболее значимыми проектами политического, экономического и культурного развития СССР; *проследить тенденции и факты развития духовной жизни советского общества; *акцентировать внимание обучающихся на дискуссионных проблемах изучения истории России советского периода. <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся :</p> <p>Должен знать</p> <ul style="list-style-type: none"> -историческое наследие и культурные традиции народов, жавших на территории СССР; -движущие силы и закономерности исторического процесса, место личности в историческом процессе и политической организации общества применительно к советскому периоду отечественной истории; -наиболее значимые факты, явления и события в области всеобщей и отечественной истории; -базовые принципы исторического и политологического подходов к изучению истории России советского периода. <p>Должен уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять научные методы при изучении явлений и событий развития государства и общества; -использовать теоретические знания и методы исследования истории России при создании исследований различного квалификационного уровня. <p>Должен владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - категориями и методами экономической науки для изучения исторических явлений хозяйственного развития России; -навыками самостоятельного анализа и научной оценки исторических явлений в развитии России; -навыками реферирования и аннотирования научной литературы по изучаемой дисциплине, навыками редакторской работы. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки докладов, работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 36 часов.</p>
История мировых цивилизаций. Древний мир и Средние века		<p>Дисциплина «История мировых цивилизаций. Древний мир и средние века» представляет собой дисциплину вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла. Дисциплина сочетается с курсами гуманитарного и социально-экономического цикла.</p>

Целью курса «История мировых цивилизаций. Древний мир и средние века» является подготовка бакалавров, обладающих знанием и пониманием законов исторического развития, умением анализировать и оценивать исторические события и процессы в их динамике и взаимосвязи. Составители стремились показать реализовавшуюся в истории всемирность, рассматривая в качестве ее критерия непреходящую ценность, неповторимость каждого «сегмента» мирового пространства, многообразие, многовариантность развития человечества.

Задачи курса состоят в рассмотрении основных фактов и явлений всеобщей истории, выявлении типологических моделей развития, выделении уникального в историческом процессе, прослеживании эволюции базовых понятий, необходимых для структурирования событийной канвы, формировании представлений о современных методологических подходах к изучению истории.

Студенты, обучающиеся по данному курсу на первом этапе (к первому семестру обучения) должны иметь общее представление о ходе всемирно-исторического процесса в рамках полученного выпускниками школ РФ среднего полного общего образования, владеть основной терминологией и основным понятийным аппаратом социогуманитарного знания.

Знания, умения и навыки, приобретаемые в ходе изучения данной дисциплины, являются необходимым условием для усвоения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла.

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

- ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

В результате освоения дисциплины «История мировых цивилизаций. Древний мир и средние века» обучающийся должен:

Знать: основные этапы течения всемирно-исторического процесса; научно признанные теории и подходы к изучению всеобщей истории (цивилизационный, технократический, социально-экономический); основные закономерности процессов формирования и эволюции государства, взаимоотношения власти и общества на различных этапах исторического развития, определяющие характеристики крупнейших историко-культурных регионов Востока и Запада, основные достижения мировой культуры. Студент также должен знать фактический материал по курсу: основные даты, события всемирной истории, ключевые персоналии, термины и понятия.

Уметь: работать с документами разных исторических эпох, верифицировать данные исторических источников, выявлять основные тенденции исторического процесса, проводить параллели и выявлять закономерности исторического развития отдельных стран и регионов, применять на практике основные методы исторического познания.

Владеть: методами работы с историческими источниками и навыками историографического анализа; основной методологией исторического исследования; методикой написания научных работ.

Общая трудоёмкость дисциплины на всех направлениях подготовки составляет 2 зачётные единицы (72 часа). Из них: аудиторная работа – 32 ч., самостоятельная работа студентов – 40 ч., в т.ч. подготовка

		<p>реферата, подготовка к лекционным и семинарским занятиям и промежуточной аттестации (зачёт).</p>
	<p>История мировых цивилизаций. Новое и Новейшее время</p>	<p>Дисциплина «История мировых цивилизаций (Новое и Новейшее время)» является частью общегуманитарного блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки – Менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой всеобщей истории.</p> <p>Цель дисциплины: Формирование у студентов взгляда на историю как на единый процесс, поле взаимодействия личности, социума, культуры, на выявление соотношения общего и особенного в развитии цивилизаций. Составители стремились показать реализовавшуюся в истории всемирность, рассматривая в качестве ее критерия непреходящую ценность, неповторимость каждого «сегмента» мирового пространства, многообразие, многовариантность развития человечества.</p> <p>Задачи дисциплины: Рассмотрение основных фактов и явлений всеобщей истории, выявлении типологических моделей развития, выделении уникального в историческом процессе, прослеживании эволюции базовых понятий, необходимых для структурирования событийной канвы, формировании представлений о современных методологических подходах к изучению истории.</p> <p>Дисциплина «История мировых цивилизаций (Новое и Новейшее время)» направлена на формирование следующей компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-2: способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития обществ для формирования гражданской позиции; <p>В результате освоения дисциплины «История мировых цивилизаций (Новое и Новейшее время)» обучающийся должен знать основные этапы и закономерности исторического развития обществ для формирования гражданской позиции (ОК-2).</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов, промежуточная аттестация в форме зачета по дисциплине «История мировых цивилизаций (Новое и Новейшее время)». Общая трудоемкость освоения дисциплины «История мировых цивилизаций (Новое и Новейшее время)» составляет 72 часа.</p>
	<p>Иностранный язык</p>	<p>Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую часть ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка.</p> <p>Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в</p>

профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):

1. Знать:

- специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику;
- базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;
- основные способы словообразования;
- классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;
- историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка.

2. Уметь:

- дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);
- соотносить языковые средства с конкретными повседневно-бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневно-бытового и профессионального общения;
- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

3. Владеть:

- базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);
 - базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);
 - навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);
- основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;

		<ul style="list-style-type: none"> – приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности; – переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности); – методикой и приемами перевода (реферативного, дословного); – навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet); – письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.); – основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства. <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ, тестов и заданий (20 часов), промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 432 часа.</p> <p>Промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.</p>
Иностранный язык. Часть 1		<p>Дисциплина «Иностранный язык» является базовой частью дисциплин по всем направлению подготовки Менеджмент. Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка. Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации; базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности; свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;

основные способы словообразования;
классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;
историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка.

Уметь:

- дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);
- соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневного и профессионального общения;
- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

Владеть:

- базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);
- базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);
- навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);
- основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;
- приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;
- переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);
- методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
- навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet);
- письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);
- основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.

	<p>Иностранный язык. Часть 2</p>	<p>Дисциплина «Иностранный язык» является базовой частью по направлению Менеджмент. Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка.</p> <p>Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации; базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности; свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации; основные способы словообразования; классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы; историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая); соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка; работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала; понимать монологическую/диалогическую речь, в которой
--	----------------------------------	--

		<p>использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневно-бытового и профессионального общения;</p> <p>понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.</p> <p>Владеть:</p> <p>базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);</p> <p>базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);</p> <p>навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);</p> <p>основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;</p> <p>приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;</p> <p>переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);</p> <p>методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);</p> <p>навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet);</p> <p>письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);</p> <p>основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Основы правовых знаний</p>	<p>Дисциплина «Основы правовых знаний» является базовой частью» учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина реализуется кафедрой международного права юридического факультета Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у обучающихся основ правовых знаний путем приобретения общих представлений о правовой науке и специфике права в социокультурной системе общества, уяснения механизмов генезиса, развития и взаимодействия правовых институтов, овладения знаниями об основных отраслях права, и способностями использовать данные знания в своей профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование у обучающихся общих представлений о методах научного познания социальной реальности, используемых юриспруденцией, и ее роли в современной системе социогуманитарного знания; • понимание специфики и содержания права как социокультурного явления и его роли в функционировании общества;

		<ul style="list-style-type: none"> • приобретение обучающимися навыков правового анализа различных явлений, проблем и процессов современного общества в целях развития способности к самоорганизации и самообразованию; • приобретение обучающимися основных знаний о системе отраслей и институтов права современного общества и специфике российской системы права; • формирование у обучающихся основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности прав человека для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; • развитие у обучающихся способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности и осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований норм права. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК- 5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику и основные принципы права как социокультурного явления и его роль в функционировании общества; • специфику основных отраслей и институтов права современного общества и российской системы права; • основы правового регулирования в сфере своей профессиональной деятельности; • основные права и обязанности человека и гражданина. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентироваться в системе законодательства и подзаконных нормативных правовых актов в различных сферах своей деятельности и находить нужную правовую информацию; • понимать смысл юридических документов и устной профессиональной юридической речи для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; • осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм; • толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия на основе гуманистического понимания права и прав человека; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками правового анализа проблем и процессов современного общества; • навыками использования законодательства и подзаконных нормативно-правовых актов при решении практических задач в различных сферах своей деятельности. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и контрольных работ, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 72 часа.</p>
	Русский язык и культура речи	<p>Дисциплина «Русский язык и культура речи» входит в Базовую часть ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 380302 «Менеджмент» и адресована студентам 1 курса (2 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой русского языка РГГУ.</p>

		<p>Предмет курса – система норм современного русского литературного кодифицированного языка.</p> <p>Цель курса - повышение уровня практического владения современным русским литературным языком у студентов нефилологических специальностей.</p> <p>Задачи курса состоят в формировании у студентов основных компетенций, которые должен иметь профессионал любого профиля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационных, предполагающих понимание сложных текстов на русском языке, умение извлекать значимую для принятия профессиональных решений информацию, систематизировать её, анализировать, структурировать, обобщать; - исследовательских, состоящих в умении формулировать как в устной, так и в письменной речи цели, задачи, предмет, объект и гипотезы профессионального исследования, делать выводы; - когнитивных, представляющих собой умения выделять из текстов понятия и концепты, классифицировать их, сравнивать, синтезировать и формулировать на их основе новое знание; - креативных, заключающихся в умении акцентировать наиболее значимые части сообщения, используя приёмы экспрессии и языковой игры; - коммуникативных, рассматриваемых как умения - аксиологических, понимаемых как умения выявлять лакуны в собственных знаниях и умениях, оценивать свои коммуникативные компетенции, результативность и профессионализм, повышать свою функциональную грамотность на различных уровнях языковой системы; - управленческих, представляющих собой умения организовывать работу коллектива, мотивировать, корректировать и контролировать результаты деятельности. <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины:</p> <p>Студенты должны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить связные, правильные монологические тексты на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения и - участвовать в диалогических и полилогических ситуациях общения, устанавливать и поддерживать речевой контакт, обмениваться информацией с другими членами языкового коллектива, связанными с говорящим (пишущим) различными социальными отношениями; <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ, тестов и заданий (4 часов), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 72 часа.</p>
	<p>Основы толерантности</p>	<p>Дисциплина «Основы толерантности и правовой культуры» является обязательной дисциплиной вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется кафедрой культуры мира и демократии.</p>

		<p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных, как с общими знаниями о принципах толерантности, специфических приемах управления коммуникацией, так и с конкретными техниками управления конфликтным взаимодействием и восстановления взаимоотношений стандартов поведения, а также с принципами построения гармоничной коммуникации в социуме в ситуациях профессионального и повседневного взаимодействия, с целью оптимизации межкультурного диалога в мультиэтнических и мультикультурных сообществах.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника: ОК-5</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды аттестации: текущая аттестация – в форме в форме устных опросов, промежуточная аттестация – в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, зачет.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия, семинары и самостоятельная работа студента.</p>
Введение в профессию		<p>Дисциплина «Введение в профессию» входит в базовую часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и адресована бакалаврам 1 курса (2 семестр) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Цель курса – дать бакалавру полное представление о выбранной им профессии таким образом, чтобы студент-первокурсник четко понимал сущность и особенности деятельности менеджера, ее место и роль в хозяйственной деятельности предприятий и организаций.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомить бакалавров с понятием «менеджмент», как особой области знаний и специфической сферы профессии менеджера; • дать им представление о значении и роли качеств менеджера (руководителя) • развить навыки основ саморекламного маркетинга; • обучить способам планирования личной карьеры руководителя; • ознакомить с принципами эффективного использования времени руководителем; • сформировать навыки принятия решений о приоритетах; • освоить методы планирования работы менеджера (руководителя). <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурной компетенции ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понятие «менеджмент», как особая область знаний и специфическая сфера профессии менеджера; • значение и роль качеств менеджера (руководителя) • основы саморекламного маркетинга; • способы планирования личной карьеры руководителя; • принципы эффективного использования времени руководителя;

		<ul style="list-style-type: none"> • технологию принятия решений о приоритетах; • методы планирования работы менеджера (руководителя). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понимать значение понятия «менеджмент», как особой области знаний и специфической сферы профессии менеджера; • демонстрировать качества менеджера (руководителя) • применять способы самомаркетинга; • планировать личной карьеры руководителя; • применять принципы эффективного использования времени руководителя; • реализовывать технологию принятия решений о приоритетах; • планировать работу менеджера (руководителя). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знаниями о «менеджменте», как специфической сферы профессии менеджера; • пониманием необходимых менеджеру качеств; • способами самомаркетинга; • технологиями планирования личной карьеры руководителя; • принципами эффективного использования времени руководителя; • технологиями принятия решений о приоритетах; • способами планирования работы менеджера (руководителя). <p>Программой предусмотрены также следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, итоговый контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 72 часа.</p>
	<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>Программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является базовой (обязательной) частью профессиональной подготовки для студентов всех направлений бакалавриата. Дисциплина реализуется Группой Гражданской обороны на всех факультетах.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с тематикой взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой, городской, природной), вопросами предупреждения и защиты от негативных факторов чрезвычайных ситуаций, оказания первой помощи в условиях возникновения этих ситуаций, а так же проблемами охраны здоровья населения.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурных, профессиональных компетенций.</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость усвоения дисциплины составляет 36 часов.</p>
	<p>Информационная эвристика</p>	<p>Дисциплина «Информационная эвристика» является частью базового цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете кафедрой вспомогательных исторических дисциплин.</p> <p>Цель дисциплины – сформировать представление о природе научной информации, путях поиска информации по социальным и гуманитарным наукам, дать знания и навыки, необходимые для проведения самостоятельной научной работы, создания, редактирования и использования библиографических пособий по дисциплинам гуманитарного цикла.</p>

		<p>Задачи: выработать у студента:</p> <ul style="list-style-type: none"> – системное знание о методах информационного поиска в системе современного гуманитарного знания; – сформировать представление о целостном и систематизированном виде необходимые сведения о корпусе информационных пособий по социальным и гуманитарным наукам, правилах и логике поиска их и работы с ними. <p>В ходе освоения курса студент должен получить начальные знания об исторически сложившейся системе справочных и информационных изданий по социальным и гуманитарным наукам, должен овладеть навыками поиска необходимой библиографической информации, уметь составлять и использовать библиографические пособия.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОПК – 7 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические понятия информационной эвристики; 2. Практические аспекты исторической библиографии; 3. Основной круг библиографических источников; 4. Историю развития информационного пространства в Европе и России; <p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составлять библиографическое описание источника информации по правилам, предусмотренным действующими ГОСТами; 2. Составлять тематические списки источников и литературы по определенной теме. <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. методами информационного поиска в информационно-справочных системах архивов и библиотек; 2. методами информационного поиска в библиографических справочниках; 3. методами информационного поиска в интернет и электронных ресурсах. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета, промежуточная аттестация в форме письменной работы по составлению библиографического .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины «Информационная эвристика» составляет 36 часов.</p>
	Социология	<p>Дисциплина «СОЦИОЛОГИЯ» является частью базового цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 – Менеджмент (бакалавриат) профиль подготовки «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и истории социологии.</p> <p>Цель дисциплины: Дать специализированные знания об обществе как о целостной реальности, его структурных элементах, связях и отношениях между ними, особенностях функционирования и развития.</p>

Предлагается, рассмотрение ключевых понятий социологии, в контексте анализа: во-первых, феноменов общественного сознания; во-вторых, актуальных проблем социальной жизнедеятельности, в социальных практиках и поведении, в-третьих, концентрируя внимание студентов на условиях функционирования общества.

Задачи:

- сформировать умение оперировать конкретными структурообразующими и обобщающими элементарными понятиями социологического знания;
- ознакомить студентов с основными социологическими теориями;
- дать знания об основных социальных институтах;
- ознакомить студентов с социальной структурой современного российского общества;
- развить умение использовать основные принципы социологического метода при анализе социальных проблем;
- ознакомить с методикой проведения научного социологического исследования.

Дисциплина «Социология» направлена на формирование следующих компетенций:

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

В результате освоения дисциплины «Социология» обучающийся должен:

Знать:

- основные категории и методы социологической науки;
- иметь представление об объекте и предмете социологии, о месте социологии в системе наук;
- сущность исторического развития основных направлений социологической мысли;
- специфику социальных проблем современного российского общества;
- структуру конкретного социологического исследования и этапы его проведения.

Уметь:

- применять логику анализа и синтеза, причинно-следственных связей при рассмотрении основных элементарных понятий социологии;
- применять исследовательский аппарат социологии к исследованию проблемных направлений социально-политической жизни общества.

Владеть:

- практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов;
- навыками работы с первичными и вторичными источниками;
- элементарными методами социологических исследований

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки выполнения заданий на семинарских занятиях, проверки усвояемости материала на лекционных занятиях, оценка самостоятельной работы студентов, промежуточная аттестация в форме (зачета).

Общая трудоемкость освоения дисциплины социология

	<p>Иностранный язык. Часть 3</p>	<p>составляет 72 часа.</p> <p>Дисциплина «Иностранный язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка.</p> <p>Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации; базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности; свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации; основные способы словообразования; классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы; историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая); соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка; работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации
--	----------------------------------	---

		<p>прочитанного материала; понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневно-бытового и профессионального общения; понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран. Владеть: базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация); базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы); навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего); основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера; приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности; переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности); методикой и приемами перевода (реферативного, дословного); навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet); письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.); основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Иностранный язык. Часть 4</p>	<p>Дисциплина «Иностранный язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка. Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в</p>

профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):

Знать:

специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации;

базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку специальности;

свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;

основные способы словообразования;

классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;

историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка.

Уметь:

дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);

соотносить языковые средства с конкретными повседневными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневного-бытового и профессионального общения;

понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

Владеть:

базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);

базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);

навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);

		<p>основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера; приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности; переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности); методикой и приемами перевода (реферативного, дословного); навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet); письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.); основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Микроэкономика</p>	<p>Дисциплина «Микроэкономика» входит в базовую часть бакалавриата по направлению подготовки 380302 «Менеджмент» и адресована студентам 2 курса (3 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой теоретической и прикладной экономики экономического факультета ИЭУП. Предметом курса являются экономические отношения и процессы на уровне отдельных хозяйственных единиц. Цель курса – помочь студентам усвоить фундаментальные знания, предлагаемые экономической наукой, и продемонстрировать им, как они могут быть использованы отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора. Задача курса – анализ процесса принятия решений и взаимодействия на рынках экономических агентов, исходя из поставленных ими целей и имеющихся ограничений. В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями (ОК): - ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности Студент должен уметь использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации). Студент должен владеть экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ, тестов и заданий (4 часов), промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 72 часа.</p>
	<p>Макроэкономика</p>	<p>Дисциплина «Макроэкономика» входит в базовую часть ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 380302 «Менеджмент»</p>

		<p>и адресована студентам 2 курса (4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой теоретической и прикладной экономики экономического факультета ИЭУП.</p> <p>Предметом курса являются экономические законы и принципы организации основных экономических институтов общества, механизм их функционирования, основные элементы экономической системы государства.</p> <p>Цель курса – исследование основных экономических категорий на основе анализа совокупных расходов, совокупного дохода и потребления на макроуровне.</p> <p>Учебная задача курса – научить студента анализировать механизм действия экономических законов на макроуровне, влияние процессов, происходящих на уровне государства, на первичные хозяйственные звенья.</p> <p>В результате освоения дисциплины должны обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями (ОК и ПК):</p> <ul style="list-style-type: none"> - ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. <p>В результате освоения компетенций студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и модели макроэкономики; - основные макроэкономические показатели и принципы их расчета. <p>Студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; - ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе. <p>Студент должен владеть экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ, тестов и заданий (5 часов), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 72 часа.</p>
	<p>История управленческой мысли</p>	<p>Дисциплина «История управленческой мысли» является частью цикла дисциплин по направлению подготовки № 380302 «Менеджмент» и адресована бакалаврам 1 курса (1-2 семестры) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Сведения о факультете и кафедре, подготовившей программу: дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления.</p> <p>Цель курса – формирование у бакалавров управленческого мышления и мировоззрения, представления о ретроспективном развитии управленческой мысли с древнейших времен до наших дней, а также знания позитивных и негативных сторон зарубежных и отечественных взглядов в целях эффективного применения в</p>

		<p>современной деловой практике.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить развитие управления и менеджмента, научиться оперировать этими знаниями в общепрофессиональной деятельности; • ознакомить бакалавров с истоками формирования управленческих идей и взглядов и их дальнейшей эволюцией в разные исторические периоды в различных странах, а также связью современного состояния управленческой мысли с прошлым; • изучить особенности формирования и развития основных школ менеджмента; • ознакомить бакалавров с современными отечественными и зарубежными моделями, подходами, школами управления и менеджмента; • изучить последние достижения управленческой мысли, направления в которых она развивается, авторов новых идей. <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурной компетенции ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.</p> <p>В результате изучения дисциплины бакалавры должны:</p> <p><u>знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • основные этапы эволюции управленческой мысли (ОК-3). <p><u>уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и оценивать основные этапы эволюции управленческой мысли (ОК-3). <p><u>владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • знаниями основных этапов эволюции управленческой мысли (ОК-3). <p>Виды и формы контроля: контрольные формы (включая написание контрольных работ, составление портфолио, тестирование, выполнение заданий РТС). Курс завершается сдачей зачета с оценкой (1 семестр) и экзамена (2 семестр).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зач.ед., 252 час.</p>
	<p>Основы теории управления</p>	<p>Дисциплина «Основы теории управления» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – подготовить выпускника, обладающего знаниями в области управления как такового и применения их в деятельности организации и работе с ее персоналом.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> – раскрыть философские основы управления, его классы, виды и категории; – ознакомить студентов с научным аппаратом теории управления; – рассмотреть концепции и подходы в управлении; – определить место и роль управления в системе наук управления; – показать взаимосвязь элементов и уровней управления как системы; – научиться самостоятельно анализировать управленческие

		<p>ситуации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – научиться применять в исследованиях систем управления аналитический аппарат; – развить навыки расчета эффективности мероприятий по совершенствованию системы управления. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК),</p> <ul style="list-style-type: none"> • готовностью к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, обладание навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других (ОПК-7); • знанием и умением использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты (ОПК-8); • способностью осуществлять деловое общение (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации) (ОПК-9) <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные этапы эволюции управленческой мысли; • законы, принципы и функции управления; • методы теории управления; • основы системного анализа и синтеза управленческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования; • применять методы управления, оценивать адекватность применяемых методов; • проектировать системы управления; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования, • методами принятия управленческого решения; • способностью к экономическому образу мышления <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме защиты итоговой письменной контрольной и курсовой работ, сдачи экзамена по теоретической и практической частям курса. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	Теория организации	<p>Дисциплина входит в Базовую часть учебного плана 380302 «Менеджмент».</p> <p>Цель дисциплины</p> <p>Освоение студентами теоретико-методологической базы</p>

		<p>организационных систем управления.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ сформировать навыки разработки системных концепций для выявления и реализации организационных резервов систем управления, ▪ изучить законы, принципы и правила, необходимые для выработки современного организационного мышления. <p>Требования к уровню освоения дисциплины</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3.</p> <p>В результате изучения дисциплины специалист должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ основные законы и принципы теории организации; ▪ функции, цели, эффективность и разновидности структурных подходов при исследовании организаций; ▪ методологические основы организационного управления; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ анализировать организационные системы с позиций теории организации; ▪ разрабатывать системные концепции, реализующие организационные резервы совершенствования систем управления.
	<p>Организационное поведение</p>	<p>Дисциплина «Организационное поведение» является обязательной дисциплиной базовой части учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой организационного развития.</p> <p>Цель дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование представлений у студентов о закономерностях поведения человека в организации. <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение теорий организационного поведения; - формирование исследовательского подхода в управлении поведением персонала; - развитие и интеграция знаний из различных областей менеджмента, психологии, социологии. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-2 – владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные теоретические подходы к изучению личности, группы и организации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать поведение персонала на индивидуальном, групповом и организационном уровне; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления поведением личности и группы для повышения эффективности деятельности организаций. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования,</p>

		<p>промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
<p>Менеджмент организации</p>		<p>Дисциплина «Менеджмент организации» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профили «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – формирование у студентов глубоких фундаментальных теоретических и практических знаний, позволяющих ускорить их профессиональную адаптацию к деятельности современных организаций и оптимизировать их работу с учетом последних достижений и передового опыта в области менеджмента.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомить студентов с концепцией и основными понятиями менеджмента организации, как особой области знаний и профессиональной сферой деятельности менеджера, связанной с управлением организацией; – рассмотреть основные аспекты современного менеджмента и дать представление об интегрированном подходе в вопросах концептуальной теории управления и менеджмента, и практики менеджмента в организациях различных форм собственности. – дать представление о характере и особенностях менеджмента в отечественной и зарубежной управленческой практике; задачах профессионального менеджера по управлению современными организациями и производством с учетом специфики менеджмента России; – ознакомить с внедрением новых принципов, форм, структур и методов управления коллективами людей во имя достижения высоких социально-экономических результатов. – рассмотреть научно-практические подходы и образцы современного управления, доминирующие в той или иной социально-культурной среде, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: общепрофессиональными компетенциями (ОПК)</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2); - способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3); <p>профессиональными компетенциями (ПК),</p> <ul style="list-style-type: none"> - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-13);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия менеджмента, как особой области знаний и специфической сферы деятельности менеджера, связанной с управлением организацией;

- принципы рациональной структуризации, формы организации работы и оперативного взаимодействия всех функциональных служб и подразделений организации;

- возможности практического использования методов современного менеджмента в целях эффективного регулирования деятельности и целенаправленного развития организации.

Уметь:

- применять на практике методы менеджмента;

- отслеживать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций и использовать результаты функционального анализа в целях совершенствования деятельности организации;

- организовывать работу коллектива по реализации необходимых изменений, организации и реорганизации процессов управления в целях эффективного использования ресурсов организации;

- рассчитывать эффективность предлагаемых мероприятий по совершенствованию управленческой деятельности;

Владеть:

1. Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

2. Новыми подходами, методами и лучшей практикой в области современного менеджмента, инструментами его информационной поддержки, которые опираются на инновационные технологии, методами реализации управленческих функций;

3. Практическими навыками исследования организационной динамики и совершенствования организационных процессов, методами реализации структурного синтеза.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме зачёта с оценкой. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.

	<p>Стратегический менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Стратегический менеджмент (Части I и II)» является базовой частью профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению 380302 «Менеджмент» (бакалавриат). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить выпускника, имеющего глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, позволяющие ускорить его профессиональную адаптацию к реалиям работы современных организаций и оптимизировать их деятельность с учётом последних достижений и передового опыта в области стратегического менеджмента.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать целостное, законченное представление о характере и специфике работы менеджеров по стратегическому управлению, которое опирается на человеческий капитал, ориентирует производственную деятельность организации на запросы потребителей, гибко реагирует на вызовы со стороны окружения и позволяет добиваться повышения конкурентных преимуществ; – ознакомить студентов с подходами и способами разработки стратегий, их сопряжением друг с другом и достижением общего синергетического эффекта; – подготовить специалистов-профессионалов, свободно и легко ориентирующихся в современном мире, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по вопросам дальнейшего развития современных предприятий, разрабатывать и реализовывать на практике стратегические и текущие планы, увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации, осуществлять постоянный мониторинг за изменениями, происходящими в её внутренней и внешней средах, и в соответствии с ними вносить необходимые коррективы в комплекс мероприятий по реализации стратегий. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3); – способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – экономические основы поведения организаций и различные структуры рынков; – исторический и мировой опыт становления и развития стратегического управления; – сущность, содержание, цели, принципы и функции стратегического менеджмента; – основные виды корпоративных, деловых, функциональных и операционных стратегий, а также особенности их планирования, разработки и реализации в деловой практике современных предприятий.
--	----------------------------------	--

		<p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений, опираясь на базовые выводы и рекомендации ученых и практиков, внесших вклад в развитие международной мысли в области стратегического планирования и управления; – разрабатывать и реализовывать на практике стратегические, тактические и оперативные планы, а также увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации; – осуществлять постоянный мониторинг за изменениями, происходящими во внутренней и внешней средах организации. <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой стратегического мышления; – методами и инструментами стратегического анализа факторов внешней и внутренней сред организации; – современными экономико-математическими моделями и компьютерными технологиями имитационного моделирования стратегических процессов. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме защиты итоговой контрольной работы, подготовленной в виде презентации в формате PowerPoint и сдачи экзамена по теоретической и практической частям дисциплины; промежуточный контроль в форме зачёта с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
Этика и культура управления		<p>Дисциплина входит в Базовую часть плана направления 38.03.02 «Менеджмент».</p> <p>Основной целью курса является формирование у студентов целостного представления об этике и культуре управления, изучение этико-культурных норм и правил поведения менеджера. Знания этики и культуры управления делает его профессионально состоятельным и адекватным к запросам современной среды.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дать целостное представление о природе и сущности этики (морали), ее обусловленности историко-культурным контекстом, спецификой выстраивания социальной интеракции; - раскрыть основные категории этики и культуры применительно к управленческой деятельности; - показать изменения и трансформацию этических норм менеджмента в связи с изменениями внешних исторических и социокультурных показателей (примеры из разных историко-культурных периодов); - рассмотреть основные проблемы этики бизнеса (корпоративный имидж и деловая репутация, социальная и корпоративная ответственность организации); - определить направления в этике деятельности организации (этические проблемы при взаимодействии с внешней и внутренней средой, вопросы толерантности и этики деловых отношений в контексте межкультурного взаимодействия); - показать основной спектр вопросов этики и культуры управления как важного компонента корпоративной культуры (в том числе, соотношение индивидуальной, профессиональной и корпоративной этики); - изучить основные механизмы формирования и поддержания

		<p>благоприятного морально-этического климата в организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - раскрыть основные этические аспекты управленческого общения (руководитель/подчиненный) - ознакомить с основными направлениями внешних проявлений этических норм морали: индивидуальным имиджем и служебным (деловым) этикетом; <p>В результате изучения дисциплины студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание основных понятий данной дисциплины, их корреляцию (этика управления, культура управления, этика бизнеса, профессиональная этика, управленческая этика, корпоративная этика, служебный и деловой этикет); - специфику этики управления (различные модели) в зависимости от историко-культурного контекста, проблемы этики управления в современном социуме; - круг этических проблем, с которыми сталкивается организация в процессе своего функционирования; - механизмы этического регулирования поведения в организации (в том числе, связанные с корпоративной этикой), методы морального стимулирования, моральной мотивации; - специфику управленческого общения и основные этические аспекты работы управляющего с коллективом; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в практической деятельности, на примере конкретных ситуаций выявлять этические дилеммы, возникающие в процессе управления на различных уровнях, определять причину возникновения и находить способы решения по их устранению; - владеть инструментарием для осуществления механизмов формирования и поддержания благоприятного морально-этического климата в коллективе (профессиональный и корпоративный кодекс, этические тренинги); - в практической деятельности использовать полученные знания при выстраивании управленческого общения; - управлять собственным индивидуальным имиджем и на практике применять основные правила делового (служебного) этикета. <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов. Промежуточная аттестация в форме экзамена.</p>
	<p>Организационно-документационное обеспечение профессиональной деятельности менеджера</p>	<p>Дисциплина «Организационно-документационное обеспечение профессиональной деятельности менеджера» входит в вариативную часть дисциплин профессионального цикла обучения (Б1) бакалавров по программе подготовки № 380302 – Менеджмент.</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями и умениями, способного применять компетенции в сфере управления документацией в организации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомить бакалавров с понятием «документированная информация» и ее ролью в управлении организацией; - сформировать навыки анализа нормативно-правовых и методических основ документационного обеспечения управления;

		<ul style="list-style-type: none"> - ознакомить с основными элементами системы управления документами; - обучить методам использования унифицированных систем документации; - сформировать навыки документационного обеспечения функциональных сфер управления. <p>Предметная область дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением способов эффективного управления документацией в современных организациях.</p> <p>Изучение дисциплины направлено на формирование у бакалавров ряда профессиональных компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ПК-8 – владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; - ПК-11 – владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формированию информационного обеспечения участников организационных проектов; - ПК-20 – владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур. <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ (в течении семестров в соответствии с планом практических занятий), итоговый контроль в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов.</p>
	Маркетинг	<p>Дисциплина «Маркетинг» является базовой дисциплиной профессионального цикла дисциплин ООП ВПО по направлению подготовки «Менеджмент» (уровень бакалавриата). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 2 курса очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки маркетинговой деятельности, подготовить бакалавра, обладающего знаниями о процессах маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обучение современным подходам, формам и методам маркетинговой деятельности на предприятии и в организации; • обучение студентов методам профессиональной оценки альтернативных вариантов маркетинговых решений, выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий; • формирование у студентов понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия; • подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать решения по маркетинговым вопросам. <p>Предметом дисциплины «Маркетинг» являются теоретические и методологические основы маркетинговой деятельности. Программа</p>

дает целостное представление о характере и специфике маркетинговой работы организации и собственно деятельности маркетолога.

Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность, содержание, цели, принципы и функции маркетинга;
- цели, объекты, виды, способы и средства проведения маркетинговых исследований;
- принципы, подходы, стратегии и методы формирования товарной, ценовой и сбытовой политики;
- особенности установления эффективных маркетинговых коммуникаций с деятелями рынка и потребителями;
- приемы и методы стратегического маркетингового планирования;
- особенности маркетинговой деятельности на разных типах рынков.

Уметь:

- - организовывать и проводить маркетинговые исследования рынка, осуществлять маркетинговый анализ действий конкурентов;
- определять товарную, ценовую и сбытовую политику организации, анализировать факторы, влияющие на их формирование;
- разрабатывать стратегии маркетинговых коммуникаций по товарным линиям и отдельным продуктам и оценивать их эффективность;
- проектировать организационные структуры управления маркетингом, позволяющие добиться коммерческого успеха на выбранном рынке.

Владеть:

- специальной терминологией;
- принципами и методами анализа рынка;
- основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности;
- принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме семинарских, практических занятий, творческих заданий, тестов и контрольных работ, промежуточная аттестация: в форме зачета с оценкой в 3 семестре и экзамена в 4 семестре для очной и очно-заочной форм, и в форме экзамена на 2 курсе обучения для заочной формы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 216 часов.

	<p>Управление человеческими ресурсами</p>	<p>Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» является частью профессионального цикла дисциплин ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент». Дисциплина реализуется кафедрой организационного развития факультета управления ИЭУП.</p> <p>Предметом курса «Управление человеческими ресурсами» является система знаний о процессах формирования, развития и использования персонала в целях организации.</p> <p>Цель дисциплины</p> <p>Управление человеческими ресурсами охватывает вопросы формирования кадрового потенциала организации, создания организационных и экономических условий для эффективной работы, повышения профессиональной компетентности работников и степени их вовлечения в процессы разработки и принятия решений, совершенствования систем оценки персонала, повышения производительности труда, рационального использования имеющихся трудовых ресурсов и т.д.</p> <p>Управление человеческими ресурсами в настоящее время признается многими экспертами в области современного управления одной из важнейших сфер деятельности каждой организации, способной значительно повысить результаты ее деятельности.</p> <p>В связи с этим основной целью курса является формирование у студентов теоретических знаний в области управления человеческими ресурсами современной организации, а также приобретение практических навыков применения различных методов управления человеческими ресурсами на практике.</p> <p>К задачам дисциплины «Управление человеческими ресурсами» относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> приобретение знаний обобщающего характера об основных этапах развития управления человеческими ресурсами в России и за рубежом; приобретение знаний в сфере нормативно-правового обеспечения управления человеческими ресурсами; теоретическое и практическое освоение современной методологии и методов управления человеческими ресурсами; приобретение знаний в области разработки, анализа и совершенствования системы управления человеческими ресурсами; освоение методов измерения и оценки эффективности управления человеческими ресурсами; <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины: ОПК-3, ПК-1, ПК-2.</p> <p>В результате изучения курса студент <i>должен знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоретические основы управления человеческими ресурсами; современные концепции управления человеческими ресурсами; методы формирования системы управления человеческими ресурсами; сущность кадрового прогнозирования и планирования; <p><i>должен уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> планировать и прогнозировать изменения кадрового потенциала организации; применять методики управления человеческими ресурсами, позволяющие повысить эффективность работы организации; разрабатывать кадровые технологии подбора, расстановки, оценки
--	---	---

		<p>и аттестации, мотивации персонала организации; участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций. Планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13); оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11); организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (; проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования ; <i>должен владеть:</i> различными способами разрешения конфликтных ситуаций; современными технологиями управления персонала . Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ, тестов и заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.</p>
	<p>Управленческие решения</p>	<p>Дисциплина «Управленческие решения» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права. Цель дисциплины: освоить фундаментальные принципы теоретических знаний и навыков в области разработки, принятия и оптимизации управленческих решений, связывающих все аспекты деятельности менеджера — от формулирования цели, описания ситуации характеристики проблемы до разработки путей преодоления проблемы и достижения цели. Задачи: - ознакомить студентов с основными понятиями в области управленческих решений, их видами, классификацией, особенностями; - ознакомить с основными методами и моделями разработки управленческих решений; - сформировать навыки подготовки эффективных и качественных решений; - научить проводить оценку эффективности управленческих решений с учетом специфики области приложения; - ознакомить с особенностями процесса разработки управленческих решений в условиях неопределенности и риска; - сформировать навыки профессионального анализа видов ответственности руководителя за реализацию управленческого решения. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: общепрофессиональными компетенциями (ОПК) – способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2); – владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-</p>

		<p>б); профессиональными компетенциями (ПК),</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5); – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7); – владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10); – умением анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15); <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – взаимосвязи процесса управления и управленческих решений; – организационные аспекты процесса разработки и принятия управленческих решений, способы и приемы повышения эффективности и обеспечения качества управленческих решений; – основные модели и методы, используемые в процессе разработки управленческих решений; – разработку и выбор управленческих решений в условиях неопределенности и риска; – особенности принятия управленческих решений в различных областях экономики и сферах деятельности предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять на практике основы теории разработки управленческих решений; – отслеживать тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений; – использовать организационные методы снижения неопределенности и риска; – определять источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологией обобщения и анализа информации, постановкой цели и выбором альтернативных путей её достижения; – методами разработки, внедрения и контроля управленческих решений; – методами оценки эффективности и качества управленческих решений. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и</p>
--	--	--

		<p>тестирования, промежуточный контроль в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 216 часов.</p>
	<p>Бухгалтерский и управленческий учет</p>	<p>Данный курс раскрывает цели и задачи финансового, управленческого учета и финансового анализа. Финансовый учет. Предмет, объекты, цели и концепции финансового учета; система его нормативного регулирования в России; организационно-правовые особенности предприятий и их влияние на постановку финансового учета в хозяйствующих субъектах; основное содержание и порядок ведения учета: денежных средств и расчетов, долгосрочных инвестиций и источников их финансирования; основных средств; нематериальных активов; финансовых вложений; производственных запасов; труда и его оплаты; издержек хозяйственной деятельности; готовой продукции, работ, услуг; и их реализации; финансовых результатов и использования прибыли; капитала, фондов, резервов, кредитов и займов; операций и ценностей, не принадлежащих предприятию; бухгалтерская отчетность. Управленческий учет. Основные понятия управленческого учета. Управление затратами: цели затрат, прямые и косвенные затраты, общепроизводственные расходы, себестоимость продукции, периодические расходы, постоянные и переменные затраты, смешанные затраты; релевантные и нерелевантные затраты, устранимые и неустраиваемые затраты, невозвратные затраты, альтернативные (вмененные) затраты, приростные и маргинальные затраты; классификация затрат для планирования и контроля. Задачи дисциплины: - ознакомить студентов с основными понятиями, приемами и концепциями финансового и управленческого учета; - ознакомить с особенностями финансового анализа: методами и приемами, применяемыми в нем; - изучить управление затратами в организации и методы их оптимизации; - изучить сферы внутрифирменного ценообразования, бюджетирования и отчетности; - сформировать навыки учета текущих и капитальных затрат, результатов хозяйственной деятельности. - привитие навыков использования технических приемов финансового анализа в области управления деятельностью компании с целью повышения его эффективности. Место дисциплины в структуре ООП ВПО Дисциплина входит в Базовую часть учебного плана. Требования к уровню освоения дисциплины - владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5); - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 часа. Промежуточная аттестация в форме экзамена.</p>

	<p>Налоги и налоговая система</p>	<p>Учебная дисциплина «Налоги и налоговая система» является одной из важнейших при подготовке бакалавров, ориентированных на выполнение управленческих функций в государственном и предпринимательском секторах экономики. Налоговые платежи являются существенной частью предпринимательских расходов, формируя налоговую нагрузку на бизнес. Умение правильно рассчитать налоговые обязательства и выбрать оптимальную схему налогообложения являются необходимым условием управления финансами предприятия.</p> <p>Дисциплина «Налоги и налоговая система» является частью цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 080200 Менеджмент и реализуется на факультете управления. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, раскрывающих сущность, содержание, принципы и назначение налоговой системы.</p> <p>Научная новизна курса состоит в том, что налогообложение рассматривается в общей концепции менеджмента, а изучение курса значительное место предполагает рассмотрение и разбор практических ситуаций, анализу законодательных и нормативных документов, связанных с налогообложением и принципов их применения.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование основных и профессиональных компетенций выпускника.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости и промежуточный контроль в виде зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 72 часа.</p>
	<p>Экономический и финансовый анализ</p>	<p>Дисциплина «Экономический и финансовый анализ» представляет собой самостоятельный раздел экономической науки и является вариативной частью профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки: 380302 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете Управления кафедрой Финансов и кредита.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием таких дисциплин как: макроэкономика, менеджмент организации, инвестиционный менеджмент.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить специалиста, теоретически подготовленного для осуществления профессиональной деятельности в сфере экономического и финансового анализа, а также быть готовыми к эффективной творческой работе в процессе использования инвестиционных возможностей финансового рынка.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение фундаментальных вопросов финансового анализа: экономического назначения, функций и роли в экономической системе государства и организаций (предприятий); • уровни и основные звенья экономического и финансового анализа; • рассмотрение видовых особенностей и закономерностей развития экономического и финансового анализа; • изучение принципов и правил экономического и финансового анализа в российских условиях; • приобретение навыков принятия эффективных решений в работе с финансовыми инструментами в построении стратегии анализа <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:</p>

		<p><u>-профессиональных:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14); - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15); - владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • содержание и технологии проведения основных операций в сфере экономического и финансового анализа; <p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения по анализу с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ по осуществлению вложений в отдельные структурные элементы, связанные с экономическим и финансовым анализом; • оценивать эффективность инвестиционных проектов с учетом фактора неопределенности; • разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках с производными финансовыми инструментами; • анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов, связанных с аналитической деятельностью; <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами и приемами анализа явлений и процессов в области анализа с помощью стандартных теоретических моделей; • современными методиками расчета и анализа экономических показателей. <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения теоретических вопросов, выполнения практических заданий и итоговой контрольной работы, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Финансовый менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Финансовый менеджмент» является частью обязательных дисциплин вариативной части подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент», профиль подготовки «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления ИУЭП РГГУ кафедрой «Финансы и кредит».</p> <p>Содержание дисциплины охватывает вопросы теории и практика принятия управленческих решений в отношении привлечения и использования предприятием финансовых ресурсов, позволяющих оптимизировать его финансовую модель.</p>

Цель дисциплины состоит в формировании у студентов целостной системы знаний о методах, приемах и моделях финансового менеджмента и их использование в практике финансового управления.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание современных научных теорий, концепций и моделей в контексте финансового менеджмента;
- изучить уровни и основные звенья, составляющие части финансового менеджмента;
- изучить «финансовый механизм» и проанализировать его основные блоки;
- раскрыть концептуальные подходы к определению потребности компании во внешнем финансировании;
- выявить структуру источников долгосрочного финансирования и определение стоимости источников;
- проанализировать концептуальный подход и алгоритм расчета «средневзвешенной стоимости капитала»;
- раскрыть эффект финансового рычага в конкурентной экономике без налогов;
- раскрыть основные теоретические гипотезы, лежащие в основе разработки дивидендной политики;
- сформировать навыки работы с аналитическими материалами;
- сформировать умение ориентироваться и принимать решения в типовых и нестандартных бизнес - ситуациях.

Дисциплина направлена на формирование у выпускника следующих компетенций:

профессиональных:

- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

Знать

- фундаментальные концепции финансового менеджмента (ПК-4);
- основы принятия долгосрочных инвестиционных решений (ПК-4);
- теорию структуры капитала, стоимости капитала и управления этими элементами современные тенденции в данной области (ОК-7, ПК-4).

Уметь

- использовать теоретические знания в решении практико-ориентированных задач и кейсов (ПК-4);
- анализировать и использовать различные источники информации для проведения необходимых финансовых расчетов с учетом фактора неопределенности (ПК-4);
- оценивать структуру и стоимость капитала компании, ее капитализацию (ПК-4);

		<p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологией экономического исследования в сфере финансового менеджмента (ПК-4); • современными методиками расчета и анализа экономических показателей финансовой деятельности компаний (ПК-4). <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов, выполнения самостоятельных практических работ и заданий, промежуточный контроль в форме зачёта с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
Экономика предприятий		<p>Дисциплина «Экономика предприятий» является частью профессионального цикла (базовая часть) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина реализуется на Экономическом факультете, кафедрой Теоретической и прикладной экономики.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у выпускника теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений, необходимых для разработки стратегий решения перспективных и текущих задач предприятий, достижения поставленных перед ними конкретных социально-экономических целей.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определить место и роль предприятий в сфере производства и обращения товаров и услуг, теоретические основы их функционирования и принципы классификации; • изучить методы рационального использования ресурсов предприятия (материальных, трудовых, финансовых); • рассмотреть механизм управления и моделирования производственных и социально-экономических процессов; • изучить основы организации финансово-экономической деятельности фирмы; • сформировать практические навыки по оценке эффективности функционирования и анализу деятельности предприятия; • овладеть методами организации процесса управления предприятием для достижения поставленных целей и задач. <p>Дисциплина «Экономика предприятий» направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>(ПК-9) - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения предприятий, структур рынков и конкурентной среды отрасли.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • влияние макроэкономической среды на функционирование предприятий и органов государственного и муниципального управления (ПК-9); • рыночные и специфические риски (ПК-9); • особенности поведения потребителей экономических благ (ПК-

		<p>9);</p> <ul style="list-style-type: none"> экономические основы поведения предприятий, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий и органов государственного и муниципального управления (ПК-9); выявлять и анализировать рыночные и специфические риски (ПК-9); анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения предприятий, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> способами оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование предприятий и органов государственного и муниципального управления (ПК-9); знаниями для выявления и анализа рыночных и специфических рисков, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса (ПК-9). <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 72 часа.</p>
<p>Элективные курсы</p>		<p>Дисциплина «Физическая культура» является обязательной частью цикла дисциплин модулей по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на кафедре физического воспитания.</p> <p>Цель дисциплины «Физическая культура» Формирование всесторонне развитой личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической готовности студента к будущей профессии.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> приобретение мотивационных отношений к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование, потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями; овладение знаниями научно-биологических основ физической культуры и здорового образа жизни; формирование опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных успехов. <p>Дисциплина «Физическая культура» направлена на формирование компетенций (ОК-8), способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>В результате освоения дисциплины «Физическая культура» обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> Знать систему практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств

		<p>личности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Уметь квалифицированно применять приобретенные навыки в своей профессиональной и бытовой деятельности; - Владеть знаниями биологических основ физической культуры и здорового образа жизни. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи реферата, промежуточная аттестация в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоёмкость дисциплины составляет 72 часа.</p>
	<p>Математические методы в управлении</p>	<p>Дисциплина «Математические методы в управлении» является обязательной дисциплиной вариативной части Блока 1 дисциплин учебного плана образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль «Международный менеджмент» Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой моделирования в экономике и управлении.</p> <p>Цель дисциплины: подготовка обучающихся к использованию в своей практической деятельности возможностей вычислительной техники, современных математических методов; умению выбирать наиболее подходящий математический инструментарий; умению не только принимать решения, но и обосновывать их правильность и оптимальность.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение основ математического аппарата; • выработка навыков решения типовых математических задач; • развитие логическое и алгоритмическое мышление, умение строго излагать свои мысли; • выработка навыков математического исследования теоретических и практических задач управления и теории систем; • сформировать умение выбирать математический инструментарий для построения моделей экономических процессов, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы. <p>Дисциплина направлена на формирование профессиональной компетенции ПК 9:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы математических методов в объеме, необходимом для решения задач управления; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать типовые математические задачи, а также применять полученные знания к исследованию прикладных задач экономики и управления; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения современного математического инструментария для решения задач управления; методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза

		<p>развития экономических явлений и процессов управления. Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки выполнения заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 часа.</p>
	<p>Математические модели в управлении</p>	<p>Дисциплина «Математические модели в управлении» является обязательной дисциплиной вариативной части Блока 1 дисциплин учебного плана образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Международный менеджмент» Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой моделирования в экономике и управлении.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у студентов комплекс знаний необходимых для анализа современных проблем в области производства, торговли, финансов, денежного обращения и кредитов; научить выбирать наиболее подходящий математический инструментарий для разработки математических методов управления, на различных уровнях систем организационного управления; создать умение получения оптимального решения тактических и стратегических задач организационного управления.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть приемами постановки задач организационного управления; • на основе описательных задач строить математические модели; • умению выбрать соответствующий метод решения задачи; • проведению численных исследований математических моделей; • умению проведения анализа результатов вычислений; • умению выбрать наиболее перспективное управляющее решение. <p>Дисциплина направлена на формирование профессиональной компетенции ПК 9:</p> <p>- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы разработки математических моделей исследуемого объекта; - основные методы и алгоритмы решения разработанных математических задач. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать математические методы при решении задач организационного управления; - использовать в своей работе средства вычислительной техники и современных информационных технологий; - решать типовые математические задачи, а также применять полученные знания к исследованию прикладных задач экономики и управления; <p>Владеть:</p> <p>навыками применения современного математического инструментария для решения задач управления; методикой построения, анализа и</p>

		<p>применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов управления.</p> <p>Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки выполнения заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 часа.</p>
	<p>Гражданское право</p>	<p>Дисциплина «Гражданское право» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02. «Менеджмент». Дисциплина реализуется на юридическом факультете кафедрой частного права.</p> <p>Цель дисциплины: Целью освоения дисциплины «Гражданское право» является получение студентами фундаментальных знаний в области современного российского гражданского права, изучение ими принципиальных направлений, характеризующих общую тенденцию его развития, норм гражданского законодательства для правоприменительной деятельности в гражданских правоотношениях, а также выработка у студентов навыков применения полученных знаний при решении конкретных задач в области гражданско-правовых отношений, в соответствии с избранной ими специальностью или родом деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проанализировать основные положения действующего гражданского законодательства; - раскрыть основные термины и определения, используемые в сфере гражданско-правового регулирования; - дать характеристику отрасли «Гражданское право» и показать ее место в системе права. - сформировать навыки применения норм действующего гражданского законодательства; - расширить на базе полученных знаний кругозор и компетентность студентов в области гражданского права; - заинтересовать студентов в углубленном изучении дисциплины, дающей возможность анализировать актуальные проблемы гражданского права. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание) - ОПК-1 – владение навыками поиска анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1). <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - действующие нормативно-правовые акты, содержащие нормы гражданского права (ОПК-1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и систематизировать требования к осуществлению своей профессиональной деятельности, предъявляемые нормами гражданского права (ОПК -1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска, анализа и применения нормативных и правовых документов, содержащих нормы гражданского права, в своей профессиональной деятельности.

		<p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного ответа на семинаре, участия в дискуссии, решения практических заданий, теста, докладов по проблемным вопросам, письменных контрольных работ; промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	Информационный менеджмент	<p>Дисциплина «Информационный менеджмент» является дисциплиной вариативной части ОП ВПО программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления Института экономики, управления и права РГГУ кафедрой моделирования в экономике и управлении.</p> <p>Цель дисциплины – изучение методик и приобретение практических навыков работы с различными видами информации, используемой в процессе управления и моделирования различных аспектов функционирования государственных, общественных и коммерческих структур, а также соответствующих информационных систем.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомление с основными понятиями современной теории управления с точки зрения возможности моделирования управленческой деятельности и ее информационного обеспечения; • изучение полного цикла управленческой деятельности и ее моделирования; • ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование и управление моделируемых систем в различных областях человеческой деятельности и при различном уровне информационного обеспечения; • ознакомление с формальным аппаратом анализа моделей управленческой деятельности; • выработка практических навыков построения и анализа моделей управленческой деятельности и ее информационного обеспечения, а также их приложений в условиях рыночной экономики. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОПК-5 - владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;</p> <p>ОПК-7 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ПК-11 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.</p> <p>На данную дисциплину опираются другие дисциплины профессионального цикла - «Финансовый анализ», «Управление проектами», «Интеллектуальные технологии в управлении»,</p>

		<p>«Современные технологии анализа и проектирования информационно-управляющих систем», «Основы информационного взаимодействия в организационных системах».</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать методы сбора и обработки информации при принятии управленческих решений; способы использования информации в компонентах менеджмента и в стратегии развития организаций; теоретические, экспериментальные, методические работы и современную практику в области моделирования управленческой деятельности и принятия решений для разных объектов, уровней и функций управления при наличии информационного обеспечения различного качества; основные функции управления и основные этапы процесса моделирования; особенности разработки информационных потоков в различных системах управления; методы анализа, применяемые при обработке информации; способы формирования и происхождения различных типов деловых документов; методы создания информационного обеспечения административных и коммерческих структур; способы обеспечения достоверности, сохранности и защиты конфиденциальной информации; основные направления автоматизации управления России и за рубежом; типичные модели управленческих ситуаций, методика их формализации, поиска решения формальной задачи и анализа результатов при различной входной информации; значение разработки и осуществления оптимальных управленческих решений, проектов и планов, а также процессов их документального (информационного) обеспечения, необходимых для эффективного функционирования систем поддержки принятия и реализации управленческих решений в условиях современного рынка;</p> <p>уметь строить дерево целей проблемной ситуации; формулировать основные логические элементы проблемной ситуации; определять критерии и ограничения поиска эффективных методов управления; по заданной проблемной ситуации осуществлять выбор модели бизнес-процесса и готовить для нее информационную базу; осуществлять поиск эффективного управленческого решения по заданной модели основного бизнес-процесса на основе стандартных ППП; проводить анализ найденных решений и интерпретировать полученные результаты;</p> <p>владеть системным подходом как методологической основой проектирования информационных систем, использующих базы данных и знаний; технологией анализа и управления информационными потоками в научных, производственных и социально-экономических системах; основными методологиями проектирования информационного управления.</p> <p>Особенностью дисциплины является ее направленность на изучение технологий работы с информацией и информационными потоками для решения тактических и стратегических задач управления.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и научного доклада (реферата), промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
Бизнес-		Дисциплина «Бизнес-планирование относится к курсам по выбору по

планирование	<p>направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется кафедрой управления факультета управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, относящихся к теории, методике и практики бизнес-планирования, обеспечивающего согласованное формирование планов деятельности организации, охватывающих все основные стороны ее деятельности и ориентированных на повышение ее конкурентоспособности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Профессиональных (ПК):</p> <p>ПК-19 владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);</p> <p>ПК-15 владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;</p> <p>ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: Основные понятия бизнес-планирования, типологию бизнес-планов, цели бизнес-планирования, функции бизнес-планирования, методику разработки бизнес-планов, принципы бизнес-планирования, состав исходной информации для системы бизнес-планирования, структуру процесса бизнес-планирования, , состав процедур составления и аудита бизнес-плана, принципы координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками, порядок документального оформления решений в управлении операционной деятельностью организаций, внедрения технологических и продуктовых инноваций или проведения организационных изменений, порядок проведения контроля составления и реализации бизнес-планов и заключения соглашений, договоров и контрактов при функционировании, создании и развитии новых бизнес-организаций (направлений деятельности, продуктов).</p> <p>Уметь: Применять на практике технологию бизнес-планирования, современные технологии, обеспечения согласованность составления и выполнения бизнес-плана всеми участниками, документально оформлять решения в управлении операционной деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений, проводить контроль составления, принимать решения, связанные с заключением соглашений, договоров и контрактов при функционировании, создании и развитии новых бизнес-организаций (направлений деятельности, продуктов).</p> <p>Владеть: навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий</p>
--------------	---

		<p>заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов при функционировании, создании и развитии новых бизнес-организаций (направлений деятельности, продуктов).</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов и тестов, промежуточный контроль в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	Курсовая работа по Истории управленческой мысли	<p>Курсовая работа является заключительным этапом изучения учебных дисциплин «История управленческой мысли», «Менеджмент» и выполняются бакалаврами, обучающимся по направлению «Менеджмент» и бакалаврами других направлений факультета управления. При ее выполнении используются все знания, полученные бакалаврами к моменту подготовки курсовой работы; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляется умение четко формулировать, и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.</p> <p>Тема курсовой работы должна соответствовать направлению бакалавриата «Менеджмент» для бакалавров факультета управления ИЭУиП и быть актуальной в научном и/или практическом отношении, а также строго соответствовать утвержденной кафедрой управления тематике. Выбор темы и обоснование ее значимости бакалавр может сделать под руководством преподавателя, как в начале изучения курсов «История управленческой мысли», «Менеджмент», так и в установленные рабочим учебным планом сроки.</p> <p>Тема курсовой работы, выбранная бакалавром в начале изучения курсов «История управленческой мысли», «Менеджмент» может быть закреплена за ним и, сначала, найти свое первоначальное отражение в рефератах и докладах, а затем непосредственно в курсовой работе. Выбранная тема исследования может быть продолжена в процессе прохождения производственных практик или стажировки, при выполнении учебно-исследовательских проектов в рамках научной работы бакалавров (студенческий научный семинар), а впоследствии составить основу дипломной работы.</p> <p>Тема курсовой работы должна соответствовать научным направлениям работы кафедры. После выбора темы курсовой работы бакалавр может (по желанию) получить на кафедре предварительную консультацию у преподавателя по содержанию работы (согласовать план), а в случае выполнения работы на примере конкретной организации (для бакалавров вечернего и заочного отделений) – внести, при необходимости, уточнения в название темы</p>
	Курсовая работа по Менеджменту организации	
Вариативная часть		
	Трудовое право	Дисциплина «Трудовое право» входит в вариативную часть Блока 1

		<p>дисциплин учебного плана образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой частного права.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у обучающихся системных представлений о правовом регулировании отношений в сфере труда, овладение обучающимися навыками поиска, анализа и использования в своей профессиональной деятельности нормативных правовых актов, регулирующих отношения в сфере труда.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ввести обучающихся в систему трудового законодательства Российской Федерации; • научить оперировать основными юридическими понятиями и категориями в сфере трудового права; • выработать навыки поиска, анализа и использования в своей профессиональной деятельности нормативных правовых актов, регулирующих отношения в сфере труда. <p>Дисциплина направлена на формирование компетенции: владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1)</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>систему трудового законодательства Российской Федерации;</p> <p>Уметь:</p> <p>искать, анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности нормативные правовые акты, регулирующие отношения в сфере труда.</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками поиска, анализа и использования в своей профессиональной деятельности нормативных правовых актов, регулирующих отношения в сфере труда.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Исследование систем управления</p>	<p>Цель дисциплины:</p> <p>Исследование систем управления служит методической и методологической базой совершенствования системы целевых установок и структуры управленческих систем, экономии всех видов ресурсов, совершенствования процессов обработки информации и управления. Квалифицированно проведенные исследовательские работы по анализу систем управления позволяют обеспечить построение новых и совершенствование действующих систем, что создает в дальнейшем условия для более эффективного их функционирования.</p> <p>В связи с этим основными целями курса являются овладение теорией исследования систем управления, а также приобретение практических навыков сбора, обобщения, систематизации и анализа фактических данных, их использования для совершенствования систем управления.</p> <p>Предметом курса являются теоретические положения, методы и средства исследования систем организационного управления,</p>

		<p>направленные на выявление резервов функционирования исследуемых систем и последующую реализацию выявленных резервов с целью совершенствования систем управления.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотреть теоретические и методологические основы исследования систем управления; - ознакомить студентов с основными методами проведения исследований систем управления и процедурами их выбора; - изучить основные методы и источники сбора информации о состоянии систем управления; - изучить основные этапы проведения проектно-исследовательских работ и их организацию. <p>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</p> <p>Дисциплина входит в Блок №3 «Профессиональный цикл. Вариативная часть» учебного плана.</p> <p>Требования к уровню освоения дисциплины</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).</p> <p>ПК-10 (владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления);</p> <p>.</p> <p>В результате освоения курса бакалавр должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы проведения исследований систем управления, - основные методы сбора и анализа данных управленческого обследования; - методы выявления проблем и резервов систем управления; - методы совершенствования функциональной структуры систем управления на базе автоматизации процессов обработки данных в подразделениях исследуемой организации. <p>В результате изучения дисциплины бакалавр должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять полученные навыки исследовательской и организаторской работы в группах; - формулировать задачи исследования систем управления; - разрабатывать методы реализации задач систем организационного управления с использованием технических средств; - разрабатывать соответствующие процедуры и механизмы управления, - выполнять технические, технологические и экономические расчеты; - организовывать документационные процессы в управленческих системах. <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 216 часов.</p> <p>Промежуточная аттестация в форме экзамена.</p>
Маркетинговые		Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный

<p>исследования и ситуационный анализ.</p>	<p>анализ» является обязательной дисциплиной дисциплин учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки проведения маркетинговых исследований; подготовить бакалавра, способного на основе полученных знаний о видах, основных задачах и инструментах маркетинговых исследований и ситуационного анализа, принимать решения по разработке программы исследований и анализа, а также организации маркетинговых исследований.</p> <p>К основным задачам, решаемым в процессе изучения дисциплины, относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучение основным понятиям маркетинговых исследований; - формирование навыков использования методологии и методов маркетинговых исследований; - обучение специфике применения различных видов маркетинговых исследований; - формирование навыков применения методов обработки информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований; - ознакомление с методологией ситуационного анализа; - подготовка специалистов, способных, на основе полученных знаний, творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам маркетинговых исследований с учетом стратегии развития организации (предприятия). <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК (код и содержание):</p> <p>ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).</p> <p>ПК-10 (владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления);</p> <p>ПК-12 (умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>ПК-15 (умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании).</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы проведения маркетинговых исследований;
--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - этапы маркетинговых исследований; - виды маркетинговых исследований; - методы сбора информации при проведении исследований; - методы обработки и анализа информации, полученной в ходе маркетинговых исследований; - основы ситуационного анализа информации; - методы проверки и контроля данных маркетинговых исследований. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять выбор инструментария исследований; - составлять техническое задание и план исследования; - обрабатывать и анализировать полученные данные; - определять сроки и ресурсы для проведения исследований; - готовить отчеты по результатам исследований. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации маркетинговых исследований; - навыками сбора, обработки и анализа информации; - навыками подготовки отчетных материалов по результатам исследований. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Методический семинар по подготовке научного отчета</p>	<p>Методический семинар "Подготовка научного отчета" является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ООП ВПО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 3 курса (5 семестр) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки по подготовке отчетов, в том числе научных, в различных сферах в современных рыночных условиях.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обучение современным методам анализа конкурентной среды предприятия, методам сравнительной оценки конкурентов и конкурентоспособности предприятия; • обучение студентов методологии разработки конкурентных стратегий, профессиональной оценки альтернативных вариантов конкурентных действий, выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий; • формирование у студентов понимания степени профессиональной ответственности за свои решения и действия; • подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать решения по совершенствованию конкурентной стратегии предприятия и повышению его конкурентоспособности . <p>Требования к результатам освоения дисциплины.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p>

		<p>владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать: теоретические основы подготовки отчетов; этапы подготовки отчетов; виды отчетов; специфику подготовки научных отчетов; основное содержание отчетов;</p> <p>Уметь: получать и структурировать информацию для отчета; определять ключевые элементы, отражаемые в отчете; готовит отчеты;</p> <p>Владеть: навыками подготовки отчетов; навыками выбора информации для отчета; навыками подготовки отчетных материалов по результатам исследований.</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме семинарских, практических занятий, тестов и контрольных работ, промежуточная аттестация: в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица (36 часа)</p>
	<p>Курсовая работа по дисциплине «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»</p>	<p>Курсовая работа по дисциплине «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является обязательным элементом (Б1.В.ОД.19) вариативной части цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»). Курсовая работа выполняется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы. Курсовая работа представляет собой вид учебно-исследовательской самостоятельной работы студентов, это специфическая форма учебной деятельности по практической подготовке студентов к профессиональной деятельности.</p> <p>Целью курсовой работы является систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», практическое выполнение студентами одного из видов исследований в сфере маркетинга, развитие аналитических навыков, овладение элементами самостоятельной исследовательской работы.</p> <p>Курсовая работа выполняется студентом под руководством ведущих преподавателей кафедры маркетинга и рекламы, предполагает изучение информационных и нормативных источников, фундаментальной научной литературы, методической литературы, монографий, статей в периодических изданиях. Выполнение студентом курсовой работы должно свидетельствовать об уровне его специальной теоретической подготовки, наличии практических навыков проведения маркетинговых исследований и анализа экономической ситуации на рынке и способности разрабатывать рекомендации по принятию эффективных управленческих решений в области маркетинговой деятельности.</p>

Основные задачи при выполнении курсовой работы:

1. Обоснование актуальности и значимости темы работы в теории и практике маркетинговых исследований.
2. Исследование состояния и разработанности выбранной для рассмотрения проблемы в маркетинговой литературе.
3. Рассмотрение теоретических аспектов изучаемой проблемы, раскрытие сущности основных понятий маркетинговой терминологии, относящихся к данной проблематике.
3. Сбор и анализ информации по данной проблеме на основе проведенных маркетинговых исследований.
4. Разработка практических рекомендаций и предложений, по данной тематике курсовой работы.
5. Формирование навыков самостоятельной работы с экономической литературой и маркетинговой информацией, умения грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои мысли и идеи, проводить расчеты, строить графики, таблицы, диаграммы.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих **компетенций:**

ПК (код и содержание):

ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).

ПК-10 (владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления);

ПК-12 (умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

ПК-15 (умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании).

Основными критериями оценки курсовых работ являются:

1. Соответствие содержания работы теме исследования, поставленным целям и задачам.
2. Актуальность и обоснованность избранной темы.
3. Использование научного аппарата (понятия, законы, методы, литература).
4. Глубина и содержание маркетингового анализа объекта исследования.
5. Практическая значимость выводов и рекомендаций, предложенных автором.

Итоговая оценка по курсовой работе определяется всеми названными критериями по 5-тибальной системе.

		<p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов.</p>
<p>Стратегический маркетинг</p>		<p>Дисциплина «Стратегический маркетинг» является обязательной дисциплиной вариативного цикла (Б1.В.ОД.18) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Маркетинг") очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Содержание дисциплины «Стратегический маркетинг» охватывает круг вопросов, связанных с маркетинговой деятельностью при разработке и реализации стратегии развития организации (предприятия) в современных рыночных условиях.</p> <p>Предметом дисциплины «Стратегический маркетинг» являются теоретические и методологические основы деятельности по разработке маркетинговых стратегий и стратегического планирования развития предприятия в целом. Программа дает целостное представление о характере и специфике маркетинговой деятельности предприятия (организации) и непосредственной работы специалиста по маркетингу при разработке маркетинговых стратегий предприятия.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Профессиональные компетенции: <p>ПК-3 (владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности);</p> <p>ПК-17 (способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели);</p> <p>ПК-18 (владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).</p> <p>В результате освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и основные понятия стратегического маркетинга; - сущность стратегического управления в условиях изменяющейся внешней среды; - основные принципы формулирования целей маркетинговой деятельности предприятия и критерии ее оценки; - возможные варианты применения базовых стратегий; - методы стратегического анализа, контроля и систему контроля над реализацией базовых стратегий; - методы анализа внешней среды и внутреннего потенциала предприятия; - основные современные маркетинговые стратегии и принципы их применения. - особенности маркетинговых стратегий на разных типах рынков; - ресурсную обеспеченность применения различных

		<p>маркетинговых стратегий.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять выбор оптимальной стратегии для предприятия, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка; - составлять план продвижения продукции на рынок; - изучать и анализировать конкурентную среду; - применять современные методы и формы планирования и прогнозирования для определения перспективных задач деятельности предприятия; - составлять маркетинговый план; - выбирать оптимальную маркетинговую стратегию для различных периодов времени и задач предприятия; - разрабатывать конкретные маркетинговые мероприятия в рамках стратегии; - организовывать контроль над выполнением осуществляемых маркетинговых мероприятий; - составлять проекты стратегических планов функционирования предприятий; - на практике применять полученные знания во взаимоотношениях как внутри организации, так и во внешней среде. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией; - методами анализа различных маркетинговых стратегий; - методами анализа управленческих решений; - основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности; - принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности; - умением оценивать эффективность различных методов продвижения продукции; - принципами применения и сочетания различных форм современных маркетинговых коммуникаций. <p>В качестве методов изучения дисциплины используются: анализ литературы, источников и материалов лекций, дискуссий, анализ конкретных ситуаций и т.п.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Товароведение и экспертиза продовольственных товаров</p>	<p>Дисциплина «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины - приобретение знаний о потребительской стоимости продовольственных товаров и приобретение умений проведения их экспертизы.</p> <p>Предмет - потребительская стоимость продовольственных товаров.</p>

		<p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомиться с основными понятиями, характеризующими потребительскую стоимость продовольственных товаров; • факторами, формирующими и сохраняющими качество товаров; • процессами, происходящими при хранении, и методами консервирования продовольственных товаров; • классификацией и ассортиментом продовольственных товаров; • особенностями их потребительской ценности; • показателями качества и дефектами товаров; • условиями и способами хранения продовольственных товаров; • с вопросами маркировки, упаковки и информации о товарах. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6) <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • федеральные законы, подзаконные акты, нормативные документы в области материально-технического обеспечения торговых предприятий; • нормативные документы, определяющие качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров; • факторы, формирующие качество продовольственных товаров; • методы и правила отбора образцов для анализа; • методы контроля качества товаров в процессе хранения, транспортирования и реализации; • гигиенические требования к качеству, в т.ч. безопасности сырья, потребительских товаров и упаковки; • виды и методы идентификации продовольственных товаров; • химический состав и пищевую ценность продовольственных товаров и их изменение в процессе хранения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; • анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами; • проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения; • разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь; • осуществлять приемку товаров по количеству и качеству; • обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации продовольственных товаров. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • информацией о новинках в ассортименте товаров; • информацией о рынке продовольственных товаров. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, тестирования; промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Товароведение и	Дисциплина «Товароведение и экспертиза непродовольственных

<p>экспертиза непродовольствен ных товаров</p>	<p>товаров» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины - приобретение знаний о потребительской стоимости непродовольственных товаров и приобретение умений проведения их экспертизы.</p> <p>Предмет- потребительская стоимости непродовольственных товаров.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознакомиться с основными понятиями, характеризующими потребительскую стоимость непродовольственных товаров; • факторами, формирующими и сохраняющими качество товаров; • процессами, происходящими при хранении непродовольственных товаров; • классификацией и ассортиментом непродовольственных товаров; • особенностями их потребительской ценности; • показателями качества и дефектами товаров; • условиями и способами хранения непродовольственных товаров; • с вопросами маркировки, упаковки и информации о товарах. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Профессиональных:</p> <p>- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6)</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • федеральные законы, подзаконные акты, нормативные документы в области материально-технического обеспечения торговых предприятий; • нормативные документы, определяющие качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров; • факторы, формирующие качество непродовольственных товаров; • методы и правила отбора образцов для анализа; • методы контроля качества товаров в процессе хранения, транспортирования и реализации; • гигиенические требования к качеству, в т.ч. безопасности сырья, потребительских товаров и упаковки; • виды и методы идентификации непродовольственных товаров; • химический состав и его изменение в процессе хранения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; • анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами; • проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения; • разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь; • осуществлять приемку товаров по количеству и качеству; • обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации непродовольственных товаров. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • информацией о новинках в ассортименте товаров;
--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • информацией о рынке непродовольственных товаров. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, тестирования; промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
Интернет-реклама		<p>Аннотация</p> <p>Дисциплина «Интернет-реклама» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла дисциплин подготовки бакалавров очной формы обучения и предназначена для студентов 4-го курса бакалавриата факультета управления, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p><i>Цель дисциплины «Интернет-реклама»: обучение студентов теоретическим и практическим основам рекламной деятельности с использованием сетевых методологий при разработке и реализации стратегии продвижения продуктов в интернет-среде в современных рыночных условиях.</i></p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • проанализировать роль Интернета в рекламном процессе; • сформировать у студентов базовых теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления рекламы в Интернет; • разобрать виды рекламы в Интернете и принципы работы в системах баннерной и контекстной рекламы, • обозначить модели рекламного финансирования в Интернет пространстве. • сформировать у студентов ключевых практических навыков по определению способов и инструментов для наиболее эффективного достижения целей и задач рекламных кампании в интернете; • сформировать у студентов понимание принципов интернет-рекламы (двухступенчатая модель), нестандартных сценариев взаимодействия с аудиторией. <p><i>Дисциплина «Интернет-реклама» направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4) • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17) • владеть навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18) <p>В результате освоения дисциплины «Интернет-реклама» обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • сущность и ключевые понятия интернет-рекламы; • цели и задачи интернет-рекламы; • основной инструментарий, используемый для коммуникационных стратегий в Интернет; • историю развития рекламы в Интернете, • виды интернет-рекламы (включая жанровую структуру), • инструменты, технологии и возможности контекстной рекламы; • виды, особенности и возможности использования медийной рекламы в Интернет; • модели финансирования рекламы в Интернете, • Особенности рекламного планирования в Интернет; • основные принципы правового и этического регулирования рекламы в Интернете. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вести рекламные кампании в основных системах контекстной и баннерной рекламы; • составлять эффективные для Интернет-пространства рекламные тексты; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специальной терминологией; • навыками понимания принципов и особенностей развития электронной коммерции в различных рыночных индустриях; • навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-рекламе. • навыками составления подробного медиаплана в интернет-среде; • навыками понимания специфики каждого из методов продвижения и оценки их эффективности; • продвижения сайтов в поисковых системах, социальных сетях и блогосфере. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины «Интернет-реклама» составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
Интернет-маркетинг		<p>Дисциплина «Интернет-маркетинг» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла дисциплин подготовки бакалавров очной формы обучения и предназначена для студентов 4-го курса бакалавриата факультета управления, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p><i>Цель дисциплины «Интернет-маркетинг»: обучение студентов теоретическим и практическим основам маркетинговой деятельности с использованием сетевых методологий как в сфере сбора аналитических данных (анализ рынка, конкуренты, риски), так и при разработке и реализации стратегии продвижения продуктов в интернет-среде в современных рыночных условиях.</i></p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование у студентов базовых теоретических и

практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес планирования и продвижения Интернет-проектов;

- развитие интереса к Интернет-маркетингу как всеобъемлющей дисциплине, охватывающей все этапы жизни любого Интернет-проекта;
- формирование знаний и умений пользования современным инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» направлена на формирование следующих компетенций:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17)
- владеть навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность и ключевые понятия интернет-маркетинга;
- цели и задачи Интернет-маркетинга;
- основной инструментарий, используемый для креативных и коммуникационных стратегий в Интернет;
- специфику работы проектов в Интернет-пространстве;
- характерные ошибки, которых следует избегать в Интернет-проектах.

Уметь:

- составлять и описывать весь цикл жизни Интернет-проекта, начиная от зарождения идеи и до угасания;
- проводить анализ любого сегмента Интернет-бизнеса;
- давать оценки эффективности, монетизации, работы с аудиторией;
- подготавливать аналитические отчеты по всем направлениям жизнедеятельности проекта (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования).

Владеть:

- специальной терминологией;
- навыками понимания принципов и особенностей развития электронной коммерции в различных рыночных индустриях;
- навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу.
- навыками проведения аналитических исследований рынка Интернет-проектов;
- навыками составления подробного бизнес-плана Интернет-проекта;
- навыками понимания специфики каждого из методов продвижения и оценки их эффективности;

		<ul style="list-style-type: none"> • навыками владения инструментами контроля и развития Интернет-проектов; • навыками понимания статистических данных и их визуализации; • навыками владения современными инструментами поиска и анализа информации; • навыками грамотной интерпретации результатов аналитических исследований. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» составляет <u>2</u> зачетных единицы, 72 часа</p>
Маркетинг услуг		<p>Дисциплина "Маркетинг услуг" является частью цикла профессиональных дисциплин для ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент профиль: Маркетинг. Дисциплина является курсом по выбору, адресована студентам 4 курса (8 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета управления.</p> <p>Предмет дисциплины - современный комплекс маркетинговых услуг по удовлетворению нужд и потребностей целевой аудитории в рыночном сегменте, формированию потребительской лояльности в конкурентной рыночной среде.</p> <p>Цель курса - подготовить специалиста, обладающего знаниями и навыками маркетинговых исследований, планирования и управления сферой услуг фирмы (предприятия).</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> изучить специфику, концепции и инструментарий маркетинга услуг; рассмотреть покупательское поведение в сфере услуг; рассмотреть представление об услуге как товаре особого рода; изучить содержание и структуру организации (фирмы) в сфере услуг; определить аспекты работы с персоналом; изучить новые тенденции в маркетинге услуг: торговый маркетинг, маркетинг отношений, современные процедуры обслуживания клиентов. <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций выпускника.</p> <p>Общекультурных:</p> <ul style="list-style-type: none"> владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1); уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5); быть способным логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6); быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7); быть способным находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность (ОК-8); владеть способностью к саморазвитию, повышению своей

		<p>квалификации и мастерства (ОК-9); стремление к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10); осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12); владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13); понимать роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16).</p> <p>Профессиональных: готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3); способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8); -обладать способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10); участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13); анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:</p> <p>Знать: современные концепции маркетинга услуг; особенности покупательского поведения и рисков в индустрии сервиса; сущность и классификацию сервисных услуг; стандарты обслуживания, каналы распределения и специфику продвижения услуг на рынок</p> <p>Уметь: на практике реализовывать полученные знания об особенностях маркетинга услуг и его механизмах при управлении предприятием; использовать маркетинговые инструменты для формирования конкурентной стратегии предприятия; учитывать особенности сферы услуг, внутренней среды предприятия и механизмы проявления управленческих и маркетинговых законов; оперативно реагировать на появление новых запросов потребителей в сфере услуг и специфику работы с персоналом на предприятиях сферы услуг в России и за рубежом.</p> <p>Владеть: навыками управления процессом предоставления услуг на рынке; приемами оценки покупательского поведения и покупательских рисков в индустрии сервиса; навыками формирования каналов распределения и продвижения товаров и услуг; современными формами управления коммуникационной политикой</p>
--	--	--

		<p>предприятия (фирмы) в сфере услуг; приемами эффективного контроля за качеством услуг и результатами маркетинговых решений. Программой дисциплины (модуля) предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
Маркетинговое ценообразование		<p>Дисциплина «Маркетинговое ценообразование» является базовой дисциплиной вариативной части профессионального цикла дисциплин ООП ВПО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 4 курса (7 семестр) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки маркетингового ценообразования, подготовить бакалавра, обладающего знаниями о методах и стратегиях ценообразования в условиях рыночной среды и умениями проводить необходимые расчеты и формировать конкурентоспособные цены.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обучение современным методам анализа цен; • обучение студентов современным методам расчета цен; • обучение студентов методам разработки ценовых стратегий, профессиональной оценки альтернативных вариантов ценовых стратегий, выбора оптимальной стратегии в зависимости от конкретных рыночных условий; • формирование у студентов понимания степени профессиональной ответственности за свои решения и действия; • подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний формировать конкурентоспособные цены. <p>Требования к результатам освоения дисциплины. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3); способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ теоретические основы классификации цен в маркетинге; ▪ этапы и последовательность расчета цен; ▪ методы расчета и анализа цен; ▪ виды ценовых стратегий; ▪ методические подходы формирования ценовых стратегий; ▪ способы адаптации цен. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ определять ключевые факторы, влияющие на формирование цены и выбор ценовой стратегии; ▪ проводить расчеты цен; ▪ осуществлять анализ цен на рынке; ▪ разрабатывать стратегию ценообразования и реализовывать ее в рыночной среде. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ методами анализа цен; ▪ методами расчета цен; ▪ методологией формирования ценовых стратегий. <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме семинарских, практических занятий, решения задач, тестов и контрольных работ, промежуточная аттестация: в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа).</p>

	<p>Интегрированные маркетинговые коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки Менеджмент (профиль «Маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины - приобретение знаний по использованию маркетинговых коммуникаций, созданию эффективной системы маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Предмет - теоретические и методологические основы деятельности по продвижению на рынке товаров и услуг с использованием различных маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучение современным подходам, формам и методам работы по продвижению товаров и услуг с использованием различных маркетинговых коммуникаций; - освоение методов профессиональной оценки альтернативных вариантов решений по коммуникациям и коммуникативной политике, выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий; - формирование у студентов понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия; - подготовка специалистов-профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно и обоснованно принимать решения по формированию и использованию системы маркетинговых коммуникаций. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3); - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей (ПК-9) <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> теорию коммуникативного процесса, технологии использования различных коммуникаций; нормативно-правовую базу и организационные принципы использования маркетинговых коммуникаций; методологию разработки стратегий интегрированных маркетинговых коммуникаций особенности построения различных по составу и типу систем интегрированных маркетинговых коммуникаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценивать ситуацию на рынках различных маркетинговых коммуникаций; планировать маркетинговые коммуникации организации; разрабатывать управленческие решения в области рекламы,
--	---	---

		<p>личных продаж, стимулирования сбыта, PR, выставочной деятельности и других конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Владеть: специальной терминологией; навыками разработки коммуникативной политики предприятия; методами оценки эффективности использования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, тестирования; промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
<p>Коммерческая деятельность. Розничная торговля.</p>		<p>Дисциплина «Коммерческая деятельность: розничная торговля» является частью цикла профессиональных дисциплин вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки для бакалавров 38.03.02. Менеджмент профиль: Маркетинг. Форма обучения: очная, 2016 г.</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета управления Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: овладение студентами системой теоретико-методологических, организационно-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг в розничной торговле для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товаров.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение методов организации и развития коммерческой деятельности по розничной торговле; - освоение процессами коммерческой деятельности по розничной продаже товаров в сфере услуг; - разработка методологии исследования коммерческой деятельности по розничной торговле на рынке товаров и услуг; - обоснование организации составляющих коммерческой деятельности по розничной торговле; - ознакомление с государственным регулированием коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения; - рассмотрение роли маркетингового, рекламного и технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности розничного предприятия; - определение результативности коммерческой деятельности розничного предприятия торговли. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия) (ПК-12); - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17) ;

		<p>- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности в розничной торговле; методологические основы коммерческой деятельности в розничной торговле, ее составляющие элементы; договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением; государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> формировать рекламно-информационное пространство ритейла; применять инновации в коммерческой деятельности ритейла; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> прогрессивными методами розничной продажи товаров; аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности в розничной торговле на предприятиях; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности розничного предприятия торговли; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины составляет, 108 часов.</p>
	<p>Коммерческая деятельность. Оптовая торговля.</p>	<p>Дисциплина «Коммерческая деятельность: оптовая торговля» является частью цикла профессиональных дисциплин вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки для бакалавров 38.03.02. Менеджмент профиль: Маркетинг. Форма обучения: очная, 2016 г.</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета управления Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: овладение студентами системой теоретико-методологических, организационно-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товаров.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение методов организации и развития коммерческой деятельности; - освоение процессами коммерческой деятельности по оптовой закупке и оптовой продаже товаров в сфере услуг

- разработка методологии исследования коммерческой деятельности на рынке товаров;
- обоснование организации составляющих коммерческой деятельности;
- ознакомление с государственным регулированием коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения;
- рассмотрение роли маркетингового, рекламного и материально-технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности предприятия;
- определение результативности коммерческой деятельности предприятия.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Профессиональных:

- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия) (ПК-12);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Знать:

основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности в оптовой торговле; методологические основы коммерческой деятельности в оптовой торговле, ее составляющие элементы; договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением; государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности.

Уметь:

выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.

Владеть:

прогрессивными методами оптовой продажи товаров; аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности в оптовой торговле на предприятиях; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности оптовой организации; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных опросов и тестов, промежуточный контроль в форме итоговой контрольной

		<p>работы, итоговый контроль в форме зачета . Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
<p>Методический семинар "Методы статистики в маркетинге"</p>		<p>Методический семинар "Методы статистики в маркетинге" является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ООП ВПО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 3 курса (5 семестр) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки по использованию статистических методов при сборе, обработке и анализе маркетинговой информации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применение статистических методов, используемых при сборе и обработке маркетинговой информации; • применение статистических методов для расчета и анализа показателей рынка и маркетинговой деятельности; • применение статистических методов для анализа маркетинговой информации; • использование статистических методов для обоснования маркетинговых решений; • использование статистических методов для представления маркетинговой информации. <p>Требования к результатам освоения дисциплины. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - статистические методы, используемые при сборе, обработке и анализе маркетинговой информации, - статистические методы, используемые при принятии маркетинговых решений. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать статистические методы для решения практических задач в маркетинге; - анализировать статистические показатели и делать соответствующие выводы; - при помощи статистических методов изучать и анализировать рыночную среду; - проводить расчет и анализ показателей маркетинговой деятельности предприятия с применением статистических методов; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной статистической терминологией; - статистическими методами сбора, анализа и представления маркетинговой информации; <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий</p>

		<p>контроль в форме практических занятий, решения задач, выполнения контрольных работ; промежуточная аттестация: в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица (36 часа).</p>
	<p>Международное частное право</p>	<p>Дисциплина (модуль) «Международное частное право» входит в базовую часть цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 - "Менеджмент". Дисциплина (модуль) реализуется на факультете «Управления» ИЭУП РГГУ кафедрой частного права.</p> <p>Конечной целью дисциплины является приобретение слушателями знаний и умений, необходимых для эффективной ориентации в правовом поле, регулирующем различные бизнес-отношения, формирование у слушателей представлений о влиянии норм права на бизнес-решения и о том, как это влияние может быть сокращено или использовано с выгодой для бизнеса, при одновременном устранении, недопущении конфликтных ситуаций с контрольно-ревизионными и правоохранительными органами.</p> <p>Задачами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний положений нормативных правовых актов, регулирующих международные частно-правовые отношения; – уяснение роли правовых средств в корпоративном управлении; – приобретение студентами навыков толкования нормативных правовых актов, систематического анализа проблем, обсуждаемых в науке международного частного права; – формирование представлений об основных подходах юридической науки и судебной практики к международным частно-правовым отношениям. <p>В данном курсе изучаются выработанные теорией и практикой понятия и правила, относящиеся к его предмету, а также пути, методы и приемы применения их в деятельности специалиста в области международного частного права.</p> <p>К основным задачам изучения дисциплины следует отнести приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых будущим специалистам для принятия обоснованных решений.</p> <p>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</p> <p>ОПК-1 - владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные положения «Международного частного права»; сущность, содержание важнейших понятий, категорий институтов этой дисциплины; иметь представление о единстве и дифференциации правового регулирования в данной области.</p> <p>Уметь: оперировать юридическими понятиями и категориями; анализировать действующее законодательство в области международных частно-правовых отношений и понимать причины его изменения; ориентироваться в разнообразных проявлениях юридической практики по вопросам применения законодательства о международных частно-правовых отношениях; анализировать юридические факты возникновения, изменения и прекращения</p>

		<p>указанных правоотношений.</p> <p>Владеть: юридической терминологией; навыками работы с правовыми актами; навыками анализа юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности; навыками анализа правоприменительной практики..</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, итоговая аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет</p>
	<p>Управление производственной и операционной деятельностью</p>	<p>Дисциплина «Управление производственной и операционной деятельностью» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профили «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – состоит в подготовке бакалавра, способного на основе полученных знаний обоснованно принимать решения по различным вопросам, связанным с проблемами управления производственной и организационной деятельности.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • раскрыть содержание понятий «управление производством» и «управление операциями»; • представить основные отечественные и зарубежные концепции, модели и методы управления производственной и операционной деятельностью; • ознакомить с законами, принципами и методами организации и управления производственной и операционной деятельностью; • рассмотреть основные концепции и методы организации производственной и операционной деятельности, а также современные концепции построения эффективных операционных систем; • изучить системы автоматизированного управления производственной и операционной деятельностью • развить у студентов на основе системного подхода практические навыки анализа производственных и технологических систем на предприятии; • сформировать навыки применения на практике способов управления производственной и операционной деятельностью; • сформировать навыки применения на практике методик управления материальными запасами производственного предприятия; • сформировать навыки применения на практике методов моделирования производственных процессов предприятия. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: профессиональными компетенциями (ПК),</p> <ul style="list-style-type: none"> - (ОПК-6) владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятия «управление производственной деятельностью» и «управление операционной деятельностью», их роль и место в системе управления организации (предприятия);

- Современные идеи организации и управления производственной и операционной деятельностью;
- Законы, принципы, методы и модели организации и управления производственными системами;
- Структуры и модели управления операционной деятельностью на производственном предприятии
- Принципы и методы организации и управления основными производственными процессами.
- Принципы и методы организации и управления вспомогательными производственными процессами
- Принципы и методы подготовки производственной деятельности
- Системы автоматизированного управления производственной и операционной деятельностью
- Методы моделирования производственной и операционной деятельности.

Уметь:

- Моделировать основные и вспомогательные процессы и структуры производственной деятельности предприятия;
- Планировать производственную деятельность предприятия;
- Моделировать технологические процессы и технологическую структуру производственной деятельности предприятия;
- Планировать операционную деятельность организации;
- Применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах;
- Оценивать влияние операций на издержки производства и качество продукции и услуг;
- Выявлять соответствующие источники, показатели и информацию о ключевых факторах, влияющих на операции.
- распознавать типы производственной и операционной деятельности в конкретно взятой организации, в том числе концептуальные основания, лежащие в основе ее функционирования;
- проанализировать содержание, исследовать структуру и свойства производственной и операционной деятельности;
- использовать системный подход, различные методики изучения производственной и операционной деятельности;
- применять на практике методы формирования и способы управления производственной и операционной деятельностью;
- оценивать степень влияния примененных моделей организации производственной и операционной деятельности на организационную эффективность;

Владеть:

- навыками формирования и совершенствования системы управления производственной и операционной деятельностью;
- навыками сбора, анализа и результативного использования информации при анализе, моделировании и диагностике производственных и операционных процессов.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.

	<p>Деловые коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Деловые коммуникации» является частью профессионального цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и адресована студентам 3 курса (5 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой управления факультета управления ИЭУП.</p> <p>Предметом дисциплины является круг вопросов, связанных с управлением организационными коммуникациями, обеспечением коммуникационной поддержки протекания внутрифирменных процессов. Цель учебной дисциплины «Деловые коммуникации» - выстраивание эффективной системы трансляции информации внутри компании, формирование в ней единого информационного пространства, преодоление коммуникативных разрывов и достижение взаимопонимания, установление эффективной обратной связи с персоналом. Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить влияние коммуникационных технологий на развитие экономики и управления; • рассмотреть особенности коммуникационного процесса; • ознакомить студентов с особенностями управления коммуникациями; • изучить особенности осуществления устного и письменного делового общения; • рассмотреть особенности электронных коммуникаций; • изучить особенности речевой коммуникации; • ознакомить бакалавров с особенностями делового общения. <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы межкультурных отношений в менеджменте, и быть способным эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25) уметь: • решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24); • вступать в кооперацию с коллегами, работать в коллективе (ОК-7); • осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, совещания, деловую переписку, электронные коммуникации и т.д. (ОК-19); • анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-7). <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами решения управленческих задач, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24); • методами кооперации с коллегами, работать в коллективе (ОК-7); • технологиями осуществления делового общения: публичного выступления, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций и т.д. (ОК-19); • способами анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7). <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки контрольных работ,</p>
--	-----------------------------	--

		<p>тестов и заданий (7 часов), промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 108 часов.</p>
	<p>Управление бизнес-процессами в организации</p>	<p>Дисциплина «Управление бизнес-процессами в организациях» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профили «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – состоит в подготовке бакалавра, способного на основе полученных знаний обоснованно принимать решения по различным вопросам, связанным с проблемами управления процессами в международных компаниях.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение теоретических и методологических основ управления процессами, • овладение понятийным аппаратом дисциплины «Управление процессами в международных компаниях», освоение принципов, методов, функций и инструментария управления процессами, • приобретение навыков разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях различной макро и микроэкономической ситуации, • овладение практическими навыками исследования организационной динамики и совершенствования организационных процессов. • Изучить существующие методы и инструменты управления бизнес-процессами; • Сформировать практические навыки управления бизнес-процессами в международных компаниях; • Изучить методы и инструменты исследования, анализа и диагностики моделей бизнес-процессов, используемых в международных компаниях. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: профессиональными компетенциями (ПК),</p> <p>- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-9);</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Научные основы управленческой деятельности в области управления процессами, основные принципы и концепции; • Теоретические основы систематизации процессов; • Методологию моделирования и анализа процессов в международных организациях; • Методологию внедрения процессно-ориентированного управления; • Методы и средства непрерывного управления процессами. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • моделировать глобальные бизнес-процессы международной организации с применением формальных нотаций и стандартов;

		<ul style="list-style-type: none"> • анализировать модели бизнес-процессов; • использовать зарубежный опыт управления современными организациями; • использовать информационные технологии для управления процессами; • принимать эффективные решения в рамках процессно-ориентированной организации; • управлять производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности международной организации на основе методологии процессного подхода к управлению. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами анализа и проектирования бизнес-процессов; • методами диагностирования параметров моделей бизнес-процессов; • программными средствами моделирования и анализа бизнес-процессов; • методами диагностирования финансово-экономического состояния организации; • методами реинжиниринга и совершенствования бизнес-процессов. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 72 часа.</p>
	Компьютерные технологии	<p>Дисциплина «Компьютерные технологии» является дисциплиной вариативной части ОП ВПО программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления Института экономики, управления и права РГГУ кафедрой моделирования в экономике и управлении.</p> <p>Цель дисциплины – формирование у студентов основ информационной культуры, подготовка к эффективному использованию современных информационных технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить особенности современного этапа информатизации общества; – изучить техническую базу информационных технологий; – приобрести прочные навыки работы на персональном компьютере с использованием современных программных продуктов. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОПК- 4 - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.</p> <p>ОПК-5 - владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.</p> <p>В результате изучения дисциплины специалист должен</p>

		<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – роль и значения информации и компьютерных технологий в современном информационном пространстве; – основные технические и программные средства информационных технологий в профессиональной деятельности; – особенности сбора, хранения и анализа данных. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах; – использовать в своей деятельности нормативные правовые документы по информационной безопасности; – применять полученные знания в практической деятельности. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; – способностью находить организационно-управленческие решения в области профессиональной деятельности; – методами и программными средствами обработки деловой информации при определенном уровне информационной безопасности. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и научного доклада (реферата), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет</p>
	Международный менеджмент	<p>Цель дисциплины</p> <p>«Международный менеджмент» выступает как одно из новых научных направлений. В условиях формирования глобальной экономики, опосредованной свободными рыночными отношениями «Международный менеджмент» выкристаллизовывается как самостоятельная дисциплина в комплексе знаний мировой экономики, но прежде всего корреспондируется с менеджментом.</p> <p>Главная идея «международного менеджмента» – объединение всех участников внешнеэкономической деятельности в едином процессе международного бизнеса. Определение роли и места каждого субъекта международных отношений в системе мирового хозяйства.</p> <p>В этой связи основная цель курса – формирование у студентов знаний в области международного менеджмента, выработка понимания роли и места управления в глобальном экономическом пространстве.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомление студентов с основными направлениями внешнеэкономической деятельности субъектов международных отношений; – изучение основных понятий в системе внешнеэкономической деятельности организации; – рассмотрение организационных форм и функций участников внешнеэкономической деятельности; – ознакомление с теориями и концепциями международных отношений; – изучение процессов управления во взаимодействии участников в системе мирового хозяйства. <p>Место дисциплины в структуре ООП ВПО</p>

		<p>Дисциплина входит в Блок 3 «Профессиональный цикл. Вариативная часть» учебного плана.</p> <p>Требования к уровню освоения дисциплины</p> <p>В результате изучения дисциплины специалист должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. знать: <ul style="list-style-type: none"> – суть и особенности управления внешнеэкономической деятельностью; – состав и характер работы субъектов внешнеэкономической деятельности; – порядок формирования и выработки решений в международных сделках; – основные правила и требования при проведении деловых переговоров, протокольных мероприятий и их особенности в разных регионах мира. 2. уметь: <ul style="list-style-type: none"> – разбираться в системе организаций внешнеэкономической деятельности; – определять и различать поставщиков, потребителей, посредников и других участников внешнеэкономической деятельности; – анализировать особенности поведения участников внешнеэкономической деятельности; – разрабатывать контуры экономических моделей внешнеэкономической деятельности для стран с развитой, слаборазвитой и экономикой переходного периода; – различать особенности деятельности внешних и специальных органов власти и управления в решении задач внешнеэкономической деятельности. <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет</p> <p>Промежуточная аттестация в форме</p>
	<p>Социальная ответственность в бизнесе</p>	<p>Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» входит в вариативную часть учебного плана бакалавров по направлению 380302 «Менеджмент» профиль «Международный менеджмент», «Маркетинг», «Информационный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления.</p> <p>Цель дисциплины: ознакомление студентов с историей возникновения и развития корпоративной социальной ответственности, о современном состоянии прикладных социологических наук о труде, их основных проблемах, задачах и методах.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомить студентов с основными понятиями корпоративной социальной ответственности (КСО); - рассмотреть содержание этапов становления и развития КСО как отдельной научной дисциплины; - изучить роль фундаментальных исследований как постоянного стратегического резерва, обеспечивающего длительное и непрерывное управляющее воздействие науки; - рассмотреть непосредственные прикладные исследования, являющиеся важным показателем становления науки в непосредственную производственную силу. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> – готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); • общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> – готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности восприятия бизнеса в массовом сознании; - особенности формирования общественного мнения к проблематике КСО в средствах массовых коммуникации; - особенности формирования КСО в социальных региональных программах; - тенденции развития КСО в РФ; - методики изучения мнения топ-менеджеров в их оценках КСО; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерпретировать основные понятия и теории КСО применительно к ситуациям; - использовать зарубежные и отечественные истории формирования КСО; - разбираться в тонкостях моделей социально-ориентированной экономики; - оценивать особенности восприятия бизнеса в массовом сознании; - оценивать и интерпретировать особенности формирования общественного мнения к проблематике КСО в средствах массовых коммуникаций; - оценивать конкретные особенности формирования КСО крупных компаний; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ методикой оценивания особенностей восприятия бизнеса в массовом сознании; ○ методикой оценивания конкретных особенностей формирования КСО крупных компаний; ○ методикой оценивания тенденций развития КСО в РФ; ○ методикой изучения мнения топ-менеджеров в их оценках КСО. <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и тестирования, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Дисциплина читается в 7 семестре. Общая трудоемкость составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем – 24 часа (лекции – 8 часов и практические занятия – 16 часов), самостоятельная работа обучающихся – 48 часов.</p>
	<p>Управление проектами</p>	<p>Дисциплина "Управление проектами" входит в блок дисциплин вариативной части учебного плана образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой организационного развития факультета управления Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p>Целью дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков разработки, внедрения и экономического</p>

обоснования проектов на базе современных методов и технологий социально-экономического проектирования.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия в области теории управления проектами;
- сформировать компетенции, навыки и умения по разработке и внедрению проектов на разных уровнях управления;
- овладеть основами знаний по управлению командой проекта
- научить решать практические управленческие задачи с использованием проектных методов и технологий.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ППК-2);
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления), (ППК-6);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и определения в рамках стандартов по управлению проектами;
- особенности принятия проектных решений в организациях (предприятиях, органах государственного и муниципального управления);
- принципы и формы системной организации проекта;
- методы и критерии оценки социально-экономической эффективности проектов и программ;
- основные организационные структуры управления проектами;
- методы декомпозиции проектов и сетевого планирования.

Уметь:

- формулировать цели, задачи, условия реализации и риски социально-экономических проектов развития государства и территорий;
- формировать требования, предъявляемые к участникам проекта;
- составлять бизнес-планы проектов, определять условия их финансовой реализуемости и экономической эффективности.

Владеть:

- современными методами управления проектами и программами;
- методикой по расчету критериев социально-экономической эффективности проекта;
- практическими навыками по формированию и управлению командой проекта;
- навыками поэтапного контроля реализации проектных бизнес-

		<p>планов.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме работы на семинарских занятиях (контрольные работы, коллоквиум, тесты, решение кейс-задач), промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины на очной, очно-заочной и заочной формах обучения составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Организационная культура</p>	<p>Дисциплина «Организационная культура» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профили «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – состоит в подготовке бакалавра, способного на основе полученных знаний обоснованно принимать решения по различным вопросам, связанным с проблемами организационной культуры.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • раскрыть содержание понятия организационная культура (суть явления, роль и функции в обеспечении жизнедеятельности организации), представить основные отечественные и зарубежные модели, подходы к концепции организационной культуры; • ознакомить с типологией организационных культур; • рассмотреть основные компоненты организационной культуры; • развить у студентов на основе системного подхода практических навыков анализа показателей организационной культуры и диагностики ее состояния; • сформировать навыки применения на практике способов управления организационной культурой (формирование, а также изменение, совершенствование текущего ее состояния); • сформировать навыки применения на практике методик оценки степени влияния организационной культуры на организационную эффективность. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: профессиональными компетенциями (ПК),</p> <ul style="list-style-type: none"> - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1); <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание, структуру и свойства организационной культуры; - типологию организационных культур, характеристику основных типов; - стратегии изучения культуры организации; - принципы и методы формирования организационной культуры; - методы поддержания организационной культуры; - методы изменения организационной культуры; - вариативные способы управления организационной культурой; - взаимосвязь культуры и стратегии организации;

		<ul style="list-style-type: none"> - влияние организационной культуры на организационную эффективность; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать специфику организационной культуры в конкретно взятой организации, в том числе концептуальные основания, лежащие в основе ее функционирования; - определить на практике на основании ведущих характеристик тип организационной культуры; - проанализировать содержание, исследовать структуру и свойства организационной культуры; - использовать системный подход, различные методики изучения организационной культуры; - применять на практике методы формирования и способы управления организационной культурой; - оценивать степень влияния организационной культуры на организационную эффективность; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования, поддержания и совершенствования организационной культуры; - навыками сбора, анализа и результативного использования информации при анализе и диагностике организационной культуры. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме защиты итоговой письменной контрольной и курсовой работ, сдачи зачета, экзамена по теоретической и практической частям курса. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Управление инновационной деятельностью в международной практике</p>	<p>Дисциплина «Управление инновационной деятельностью в международной практике» входит в вариативную часть дисциплин цикла обучения студентов по направлению подготовки 380302 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права. Дисциплина должна ознакомить студентов с широким спектром теоретических и практических вопросов, связанных с управлением инновационной деятельности в организациях и в международной практике. В связи с тем, что в настоящее время овладение различными методами и приемами управления инновациями приобретают особую актуальность, в программе уделено внимание теоретическим и практическим вопросам управления инновациями. Системное изложение изучаемых вопросов, включенных в дисциплину, позволит будущим специалистам обоснованно подходить к выбору вариантов эффективных инновационных решений и активно развивать новаторский образ мышления.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Профессионально-прикладных (ППК): <p>ППК-5 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>

		<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: особенности деятельности по формированию технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений, а также принятию управленческих решений по управлению операционной деятельностью, связанной с внедрением инноваций в российской и международной практике.</p> <p>Уметь: принимать управленческие решения, связанные с формированием, внедрением технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p> <p>Владеть: навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ППК-5) в российской и международной практике.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы и тестирования, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (22 часов) занятия, практические занятия (26 часов), самостоятельная работа студента (60 часов).</p>
	<p>Маркетинг менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Маркетинг менеджмент» является вариативной частью профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению 080200 «Менеджмент» (бакалавриат). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам комплексное представление об управлении современными организациями на принципах маркетинга, отражающего взаимосвязь стратегических и тактических маркетинговых решений и оценку влияния этих решений на общую эффективность бизнеса.</p> <p>Задачи дисциплины – сформировать у студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание и понимание сущности концепций управления маркетингом; – осмысление современной трактовки роли потребителя и других стейкхолдеров в процессе создания и доставки ценности; – умение анализировать тенденции бизнес среды и оценивать степень их воздействия на маркетинговые решения организации; – знание и понимание принципов формирования клиентского капитала; – умение анализировать основные элементы клиентоориентированного бизнеса и оценивать уровень клиентоориентированности организации; – знание базовых маркетинговых стратегий; – умение оценивать внутренние ресурсы организации и выявлять рыночные возможности, обеспечивающие ей прибыльность и рост; – навыки анализа и решения конкретных практических задач; – умение использовать маркетинговый инструментарий для повышения результативности работы организации на рынке; – навыки проектирования организационных структур управления маркетингом и нормативно-правового обеспечения их деятельности. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:</p>

		<p>– способность оценивать воздействие микроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынка и конкурентной среды отрасли (ПК-9).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исторический и мировой опыт становления и развития теории и практики маркетинг менеджмента; – базовые концепции управления маркетингом; – основные виды функциональных и операционных маркетинговых стратегий; – организационные структуры управления маркетингом; – нормативно-правовые документы, регламентирующие на локальном уровне управление маркетинговой деятельностью в организации; – особенности управления современными организациями на принципах маркетинга и формирования клиентского капитала (на примере передовых зарубежных и отечественных компаний). <p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исследовать тенденции бизнес среды и оценивать степень их воздействия на маркетинговые решения организации; – находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи, направленные на повышение уровня конкурентоспособности организации на рынке; – разрабатывать и реализовывать на практике планы маркетинга, увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации, использовать маркетинговый инструментарий для повышения результативности ее работы на рынке, осуществлять мониторинг за изменениями, происходящими во внутренней и внешней средах. <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой маркетингового мышления; – методами и инструментами анализа факторов маркетинговой среды организации; – современными экономико-математическими моделями и компьютерными технологиями имитационного моделирования маркетинговых процессов. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме защиты итоговой контрольной работы, подготовленной в виде презентации в формате PowerPoint, и сдачи зачета по теоретической и практической частям дисциплины; промежуточный контроль в форме тестирования и обсуждения проблемных вопросов на практических занятиях.</p>
	Кросс-культурный менеджмент	<p>Дисциплина «Кросс-культурный менеджмент» входит в вариативную часть учебного плана бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиля подготовки «Международный менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права Российского</p>

государственного гуманитарного университета.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.

Цель курса – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями, умениями и способного применять компетенции в сфере кросс-культурного менеджмента.

Задачи курса:

- ознакомить студентов с концептуальными основами кросс-культурного менеджмента;
- рассмотреть понятие «кросс-культурный менеджмент» в системе элементов культуры;
- сформировать навыки сопоставления культур в рамках различных кластеров;
- обучить способам диагностики влияния национальной культуры и экономической идеологии на особенности моделей менеджмента (американской, европейской, восточной).

Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

- ПК-1 - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
- ПК-2 - владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, способы проведения аудита человеческих ресурсов и осуществления диагностики организационной культуры (ПК-1);
- способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом в межкультурной среде (ПК-2);

уметь:

- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, способами проведения аудита человеческих ресурсов и осуществления диагностики организационной культуры (ПК-1);
- проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации на основе современных технологий управления персоналом в межкультурной среде (ПК-2);

владеть:

		<ul style="list-style-type: none"> • основными теориями мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, способами проведения аудита человеческих ресурсов и осуществления диагностики организационной культуры (ПК-1); • различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2). <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме доклада с презентацией и тестирование, выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме экзамена (тестирование для очно и очно-заочной форм и написание контрольной работы для заочной формы обучения). Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний – экзамен.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены:</p> <ul style="list-style-type: none"> • для очной формы обучения - лекционные занятия (22 часа), семинары (26 часов), самостоятельная работа бакалавра (60 часов); • для очно-заочной формы обучения лекционные занятия (16 часов), семинары (20 часов), самостоятельная работа бакалавра (72 часа); • для заочной формы обучения лекционные занятия (6 часов), семинары (8 часов), самостоятельная работа бакалавра (92 часа).
	<p>Управленческое консультирование</p>	<p>Дисциплина «Управленческое консультирование» входит в вариативную часть учебного плана бакалавров по направлению подготовки 380302 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Цель курса – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями, умениями и способного применять компетенции в сфере консультирования по вопросам управления и организационного развития.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомить студентов с основными понятиями и терминами, применяемые в консультировании, как особой области знаний и специфической сфере менеджмента, связанной с управлением организацией; - ознакомить с природой и составом типичных дисфункций управления, их классификацией и содержанием; - обучить их методам диагностики управленческих проблем организации; - сформировать навыки анализа деятельности организации на основе оценки эффективного распределения и исполнения функций управления; - обучить методам профессиональной оценки альтернативных вариантов решений, совместного поиска и выбора оптимального из них в зависимости от конкретных управленческих ситуаций, условий и

		<p>возможностей современных организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки организации деятельности рабочих групп, применения методов активизации творческого мышления, проведения экспертизы нововведений; - развить у студентов навыки самостоятельной аналитической, проектной, научно-исследовательской и консультационной деятельности; - освоить технологии разработки и обоснования междисциплинарных учебно-исследовательских проектов в области управленческого консультирования; - ознакомить с принципами профессиональной этики консультанта по управлению. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ППК-2 - владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; - ППК-3 - умением решать организационно-технические проблемы и распределять полномочия в целях достижения заданных показателей производства и реализации продукции, повышения качества и конкурентоспособности товаров и услуг, экономного и эффективного использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен сформировать определенные результаты обучения по дисциплине.</p> <p>Знать:</p> <p>основные понятия и термины, применяемые в консультировании, как особой области знаний и специфической сфере менеджмента, связанной с управлением организацией (ППК-2, ППК-3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и состав типичных дисфункций управления, их классификацию и содержание (ППК-2, ППК-3); - методы диагностики управленческих проблем организации (ППК-2, ППК-3); - основы системного, функционального и системно-функционального анализа в диагностике управления организацией (ППК-2, ППК-3); - требования к оптимальному проектированию организационной структуры и методы диагностики структурных дисфункций (ППК-2, ППК-3); - методы инновационной деятельности и активизации творческого мышления (ППК-2, ППК-3); - принципы профессиональной этики консультанта по управлению (ППК-2, ППК-3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике методы диагностики управленческих проблем организации (ППК-2, ППК-3); - использовать навыки анализа деятельности организации на основе оценки эффективного распределения и исполнения функций управления построения организационной структуры, технологий принятия решений (ППК-2, ППК-3),
--	--	---

		<p>– формировать и организовывать деятельность рабочих групп с целью совместного поиска и выбора оптимальных вариантов решений в зависимости от конкретных управленческих ситуаций, условий и возможностей современных организаций (ППК-2, ППК-37);</p> <p>– отслеживать изменения управленческих ситуаций и применять методы инновационной деятельности и активизации творческого мышления в целях совершенствования деятельности организации (ППК-2, ППК-3).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами создания и организации деятельности рабочих групп с целью проведения управленческого консультирования (ППК-2, ППК-3); - технологией управленческого консультирования в реальных организациях с учётом конкретных условий их деятельности (ППК-2, ППК-3); - методами ситуационного анализ систем управления, диагностики, анализа и преодоления управленческих дисфункций в организациях различных организационно-правовых форм и пр. (ППК-2, ППК-3). <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ, итоговый контроль в форме теста.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины для бакалавров по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» составляет 4 зачетные единицы, 144 часа – для очной и очно-заочной форм обучения и 153 часов – для заочной формы обучения.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - для студентов очной формы обучения лекционные занятия (10 часов), семинары (38 часов), самостоятельная работа студента (96 часов); - для студентов очно-заочной формы обучения лекционные занятия (12 часов), семинары (36 часов), самостоятельная работа студента (96 часов); - для студентов заочной формы обучения лекционные занятия (8 часов), семинары (16 часов), самостоятельная работа студента (111 часов).
	<p>Оценка эффективности управления в организации</p>	<p>Дисциплина «Оценка эффективности управления в организации» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» для очной, очно-заочной и заочной форм обучения в соответствии с учебными планами направления и профилей. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить выпускника, умеющего определять основные факторы, которые оказывают влияние на эффективность управления, и оценивать последствия организационно-управленческих решений.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомить студентов с теоретические аспектами изучения эффективности управления; - ознакомить с основными подходами и методами в оценке эффективности управления; - сформировать навыки нахождения эффективных и организационно-управленческих решений; - ознакомить с проблемами оценки эффективности управления в

		<p>организации в современных условиях.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: <i>профессиональные компетенции (ПК)</i>,</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социально-экономическую сущность эффективности управления (ПК-7); - виды эффективности управления и менеджмента (ПК-7); - основные подходы и методы, используемые в оценке эффективности управления (ПК-7). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике методы оценки и последствия организационно-управленческих решений (ПК-7); - отслеживать тенденции и прогнозировать изменения в управлении организацией (ПК-7); <ul style="list-style-type: none"> - определять критерии и методы оценки эффективности управления(ПК-7). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологией обобщения и анализа информации о количественных показателях деятельности системы управления (ПК-7); - методами оценки эффективности управления в организации (ПК-7). <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
	Технология проведения презентаций	<p>Дисциплина «Технология проведения презентаций» входит в вариативную часть дисциплин по выбору учебного плана образовательной программы бакалавриата «Менеджмент» по профилю «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется кафедрой моделирования в экономике и управлении факультета управления Института экономики, управления и права.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить специалиста, владеющего современными навыками наглядного предоставления информации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - показать целостную картину применения презентаций в сфере предоставления информации для дальнейшей профессиональной деятельности студентов; - сформировать у студентов представление о различных наглядных формах подачи информации; - показать механизмы воздействия презентаций на людей; - сформировать у студентов навыки расположения текста, графики, рисунков и других объектов на слайдах, для наилучшего восприятия зрителем; - показать возможности различных видов презентаций, особенно

		<p>презентаций, сопровождающих докладчика;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выработать у студентов навыки практического владения основами наглядного предоставления информации. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации - ОПК-4. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать типы презентаций, правила создания слайдов, особенность восприятия информации с экрана, теоретические основы проведения линейных презентаций (виды, правила проведения, основные моменты подготовки к ним, план и сценарий их проведения, невербальные и паравербальные компоненты общения, используемые для их представления), способы представления информации, программные и технические средства, с помощью которых возможно проведение презентаций;</p> <p>уметь создавать и представлять презентации с учётом особенностей восприятия информации на наиболее распространённом современном программном обеспечении, используемом для создания презентаций;</p> <p>владеть приемами и навыками создания слайдов для предоставления информации при различных видах презентаций, а также техникой настройки Microsoft Office PowerPoint для различных типов презентаций.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме работы на практических занятиях (лабораторные работы), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Офисные информационные технологии</p>	<p>Дисциплина «Офисные информационные технологии» входит в вариативную часть дисциплин по выбору учебного плана образовательной программы бакалавриата «Менеджмент» по профилю «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется кафедрой моделирования в экономике и управлении факультета управления Института экономики, управления и права.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить специалиста к эффективному использованию современных офисных информационных технологий для решения задач в сфере организационно управления.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить современные информационные технологии, применяемые для построения офисных автоматизированных информационных систем; – приобрести навыки применения прикладных программных средств общего и прикладного назначения; – изучить методы повышения роста производительности труда сотрудников офиса за счет применения новых технологий работы с документами; – овладеть основами реинжиниринга и автоматизации офисных бизнес-процессов; – приобрести прочные навыки работы с ПК и овладеть необходимой терминологией в информационной и компьютерной сфере.

		<p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации - ОПК-4; - владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем - ОПК-5. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать</p> <ul style="list-style-type: none"> – роль и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний; – средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, методы и программные средства обработки деловой информации. <p>уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах; – использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; – взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы; – применять на практике полученные знания в офисной деятельности; – обеспечить достоверность перерабатываемой информации. <p>владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; – способностью находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; – готовностью участвовать во внедрении технологических инноваций; – средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления; – методами и программными средствами обработки деловой информации. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме работы на практических занятиях (лабораторные работы), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Политология</p>	<p>Дисциплина «Политология» входит в вариативную часть плана 380302 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой теоретической и прикладной политологии.</p> <p><i>Предмет курса</i> – политические отношения и процессы как особый вид общественных отношений, связанных с распределением, использованием и организацией политической власти.</p>

Цель курса – сформировать у студентов представление о возможностях и способах научного познания политического, сущности политического и содержании политической науки как одно из необходимых условий анализа событий и явлений в системе международных отношений, важнейших международных организаций и объединений, проблем и тенденций развития мировой политики, вопросов международной и национальной безопасности, внешней политики Российской Федерации и других государств.

Задачи курса:

изучение истории формирования и границ предмета политической науки;

изучение истории, теории и методологии политической науки как самостоятельной научной дисциплины;

рассмотрение особенностей организации и функционирования формальных и неформальных политических институтов;

исследование проблем политической модернизации и трансформации политических режимов;

анализ феноменов политической элиты и политического лидерства;

анализ тенденций современного политического развития России;

изучение внеинституциональных оснований политического – особенностей и структуры политической культуры, политической социализации и политических идеологий;

рассмотрение структуры современных международных отношений и основных тенденций развития мировой политики.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-2.

В результате освоения курса студент должен знать:

характеристики политической системы России, функции различных политических институтов, понимать роль политики в обществе;

права и обязанности человека и гражданина;

основные методы политической науки;

Уметь:

анализировать социально значимые проблемы и процессы;

применять научные концепции, выработанные в рамках политической науки;

свободно применять русский и иностранный языки как средства профессионального общения, быть способным к активной социальной мобильности;

использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.

Владеть:

понятийно-терминологическим аппаратом политологии, ориентироваться в источниках и научной литературе;

основами политологических методов;

культурой научного мышления, обобщением, анализом и синтезом фактов и теоретических положений;

использовать системы категорий и методов, необходимых для решения типовых задач в различных областях профессиональной практики;

основными методами, способами и средствами получения,

		<p>хранения, переработки информации. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. 72 часа.</p>
	Конфликтология	<p>Дисциплина «Конфликтология» является дисциплиной по выбору и входит в вариативную часть плана 380302 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой социальной психологии.</p> <p>Предметом данного курса выступают закономерности поведения и деятельности людей, обусловленные их включённостью в конфликтные отношения, психологическая логика развития конфликтных ситуаций, психологические особенности разрешения межличностных конфликтов.</p> <p>Общая цель курса - формирование у студентов представлений об особенностях конфликтных ситуаций и оптимального способа поведения в них.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ознакомление студентов с основными подходами к изучению конфликтов; 2) ознакомление студентов с методами изучения и диагностики межличностных конфликтов; 3) формирование у студентов представлений о феноменологии конфликтов; 4) формирование у студентов способности анализировать конкретные конфликтные ситуации с помощью основных понятий психологии межличностного конфликта; 5) формирование у студентов представлений о возможных способах разрешения межличностных конфликтов и роли психологов при разрешении конфликтов <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ПК-2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. знать: основные теоретические подходы к анализу конфликта и специфическое для них понимание механизмов развития и разрешения конфликта 2. уметь: анализировать конфликтные ситуации и формы развития социальных конфликтов с помощью основных психологических методов, проектировать набор методов по оказанию психологической помощи участникам конкретного конфликта 3. владеть: базовыми средствами социально-психологической диагностики конфликта и средствами его разрешения, в частности – диагностики особенностей трудовых споров и конфликтов, модели развития конфликта; способностью участвовать в реализации программы организационных изменений в части преодоления локального сопротивления изменениям <p>Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. 72 часа..</p>
	Психология управления	<p>Курс предназначен для слушателей программы подготовки бакалавров 2 года обучения. Представляет собой один из специализированных курсов в профессиональной подготовке бакалавров, специализирующихся в области «Менеджмент». Курс ставит своей задачей знакомство с общими тенденциями изучения психологической составляющей процесса управления и закономерностями управленческой деятельности. В курсе представлены материалы по</p>

		теории и практике психологических особенностей управления.
Логистика		<p>Дисциплина «Логистика» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профиль «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой моделирования в экономике управления и права Института экономики управления и права.</p> <p>Цель курса – изучение студентами Института экономики, управления и права основных положений, категорий и закономерностей логистики как современного научного направления и хозяйственной деятельности, главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирмы с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также получение навыков в применении логистического подхода к управлению бизнес-процессом в различных сферах экономики (т.е. осуществление логистического функционального управления развитием ресурсного потенциала фирмы).</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осознание студентами сущности и значимости своей будущей профессии, основных проблемы дисциплины, их взаимосвязь в целостной системе знаний; - Выработка у студентов возможности мышления современными экономическими категориями; - Научить студентов ставить цель и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, уметь использовать для их решения методы логистики; - Выработать у студентов навыки нахождения нестандартных решений типовых теоретических и практических задач экономики и логистики; - Привить студентам умение самостоятельно приобретать новые знания, изучая первоисточники и используя современные информационные технологии; - Подготовить студентов к проектной деятельности в профессиональной сфере, обучить принципам системного подхода, построению и использованию моделей для описания и прогнозирования различных явлений, их качественному и количественному анализу. <p>В результате освоения дисциплины «Логистика» обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением решать организационно-технические проблемы и распределять полномочия в целях достижения заданных показателей производства и реализации продукции, повышения качества и конкурентоспособности товаров и услуг, экономного и эффективного использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов (ППК-3). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, сущность, содержание и историю развития логистики, ее задачи, принципы, показатели и основные категории; - понятия, задачи, принципы формирования и элементы логистических систем разного уровня; - виды функциональных областей логистики, их особенности и взаимосвязи;

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - алгоритмизировать построение системы управления транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки, доставки готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации (ППК-3); - анализировать логистические системы, моделировать их составляющие и связи между субъектами рынка; (ППК-3); - оценивать экономическую эффективность использования принципов логистики (ППК-3); <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ППК-3); - Использовать знания концептуальных основ логистики для разработки эффективной логистической стратегии деятельности организации; - Использовать инструментарий логистики в области управления снабжением и распределением; - Применять знания и решать задачи в области управления запасами с использованием различных моделей контроля состояния запасов; - Оценивать эффективность и разрабатывать логистический процесс на складе организации. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме зачета. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.</p>
	<p>Управление качеством</p>	<p>Дисциплина «Управление качеством» (КПВ для д.о., вариативная часть для в.о. и з.о.) является дисциплиной учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент», профиль – Международный менеджмент. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой организационного развития.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у студентов целостную систему знаний, умений и навыков в области управления качеством, что позволит им обоснованно действовать и принимать эффективные решения в области улучшения менеджмента качества организации, повышения конкурентоспособности организации, ее персонала и результатов деятельности, стимулировать персонал подразделения (команды) к оптимальному достижению оперативных управленческих целей и повышению качества труда.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать знания обобщающего характера об основных этапах развития и становления менеджмента качества в России и за рубежом, – познакомить с основами нормативно-правового регулирования отношений в области управления качеством в России,

– познакомить с особенностями современного этапа развития систем менеджмента качества (СМК), особенностями концепции принятия решений на основе оценки рисков в СМК, новыми концепциями и требованиями к персоналу организации в версии ISO 9001:2015,

– дать знания теоретических основ современной методологии управления качеством,

– научить базовым технологиям и практическим методам разработки, анализа и совершенствования системы менеджмента качества,

– научить основным методам измерения и оценки качества, оценки затрат на качество.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

ППК-4 - умение решать социально-психологические проблемы, регулировать организационные конфликты, налаживать межличностные и групповые коммуникации в рамках определенного участка работ, стимулировать персонал подразделения (команды) к оптимальному достижению оперативных управленческих целей и повышению качества труда.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- объективные предпосылки роста внимания к проблеме качества труда, продукции, работ и услуг за рубежом и в России;

- теоретические основы управления качеством;

- основные требования стандартов ИСО серии 9000 к системам менеджмента качества и их содержание;

- базовые методы измерения, анализа и оценки качества;

- основы правового регулирования отношений в области качества в России.

Уметь:

- применять методы менеджмента качества для решения практических задач совершенствования производственной и управленческой деятельности организации;

- применять на практике знания в сфере нормативно-правового обеспечения качества;

- использовать знания в области разработки, документирования, анализа и совершенствования системы менеджмента качества при решении конкретных задач, составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня;

- применять знания методов измерения и оценки качества.

Владеть:

- навыками разработки и внедрения системы менеджмента качества в организации;

- навыками сбора, анализа и результативного использования информации о качестве персонала, процессов, продукции, работах и услугах для совершенствования организации.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса, оценка выступлений, оценка выполнения кейсов (логически связанных между собой практических заданий по разработке СМК), а также итоговая

		<p>аттестация в форме зачета (д.о.) и зачета с оценкой (в.о. и з.о.). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы (д.о.-72 часа), 3 зачетных единицы (в.о. и з.о. – 108 часов).</p>
	<p>Основы государственного и муниципального управления</p>	<p>Дисциплина «Основы государственного и муниципального управления» является частью вариативного цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент» и относится к дисциплинам по выбору. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой государственного и муниципального управления ИЭУП РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: дать будущему специалисту в области менеджмента знания по управленческим, общественно-политическим, социально-экономическим и правовым основам государственного и муниципального управления, на основе которых он сможет обоснованно принимать управленческие решения на всех уровнях государственной и муниципальной власти.</p> <p>Задачи: изучение организационных основ государственного и муниципального управления; рассмотрение основных направлений деятельности органов государственного и муниципального управления РФ; выявление актуальных проблем взаимоотношений между федеральным центром, регионами и органами местного самоуправления.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать нормативную базу организации государственного и муниципального управления в Российской Федерации; систему органов государственного управления в Российской Федерации; опыт становления и состав органов местного самоуправления; организационную структуру местной администрации.</p> <p>Уметь анализировать нормативно-правовые и организационные основы государственного управления; использовать на практике изученные методы исследования в области государственного и муниципального управления;</p> <p>Владеть информацией об основах устройства системы государственного и муниципального управления в России; навыками анализа политической и управленческой информации.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме работы на семинаре, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Международные школы стратегии</p>	<p>Дисциплина «Международные школы стратегий» является курсом по выбору профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению 080200 «Менеджмент» (бакалавриат). Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить выпускника, имеющего глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, позволяющие ускорить его профессиональную адаптацию к реалиям работы</p>

современных организаций и оптимизировать их деятельность с учётом последних достижений и передового опыта в области международного стратегического менеджмента.

Задачи дисциплины:

- дать целостное представление об основных идеях и учениях школ международного стратегического менеджмента;
- ознакомить студентов с основными представителями этих школ, а также предложенными ими концепциями, подходами, моделями и способами разработки стратегий в современной международной практике;
- подготовить бакалавров-профессионалов, свободно и легко ориентирующихся в мире бизнеса, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по вопросам стратегического развития современных предприятий.

Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1. Знать:

- исторический и мировой опыт становления и развития стратегического управления;
- концепции, подходы, модели и способы разработки стратегий, предложенные представителями международных школ стратегий;

2. Уметь:

- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений, опираясь на базовые выводы и рекомендации ученых и практиков, внесших вклад в развитие международной мысли в области стратегического планирования и управления;
- разрабатывать и реализовывать на практике стратегические и текущие планы, увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации, осуществлять постоянный мониторинг за изменениями, происходящими в её внутренней и внешней средах.

3. Владеть:

- культурой стратегического мышления;
- методами и инструментами стратегического анализа факторов внешней и внутренней сред организации;
- современными экономико-математическими моделями и компьютерными технологиями имитационного моделирования стратегических процессов.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме защиты итоговой контрольной работы, подготовленной в виде презентации в формате PowerPoint, и сдачи дифференцированного зачета с оценкой по теоретической и практической частям дисциплины; промежуточный контроль в форме тестирования и обсуждения проблемных вопросов на практических занятиях.

	<p>Деловой иностранн язык Английск язык.</p>	<p>Дисциплина «Иностранный язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка.</p> <p>Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации; базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку специальности; свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации; основные способы словообразования; классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы; историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая); соотносить языковые средства с конкретными повседневными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка; работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
--	--	--

		<p>понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневно-бытового и профессионального общения;</p> <p>понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.</p> <p>Владеть:</p> <p>базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);</p> <p>базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);</p> <p>навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);</p> <p>основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;</p> <p>приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;</p> <p>переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);</p> <p>методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);</p> <p>навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet);</p> <p>письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);</p> <p>основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	<p>Деловой иностранный язык Французский язык.</p>	<p>Дисциплина «Иностранный язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка.</p> <p>Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и</p>

навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля):

Знать:

специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации;

базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности;

свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;

основные способы словообразования;

классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;

историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка.

Уметь:

дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);

соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневного-бытового и профессионального общения;

понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

Владеть:

базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);

базовым набором грамматических конструкций, характерных для

		<p>бытовой, общенаучной и специальной литературы); навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего); основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера; приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности; переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности); методикой и приемами перевода (реферативного, дословного); навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet); письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.); основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
<p>Деловой иностранн язык Немецк язык.</p>		<p>Дисциплина «Иностранн язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП ВПО бакалавриата по всем направлениям подготовки и адресована студентам 1-2 курса (1-4 семестр). Дисциплина реализуется кафедрами английского, французского и немецкого языка. Предметом дисциплины являются лингвистические, социолингвистические и прагматические компоненты языка. Целью данной программы является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Задачей курса является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, информационно-аналитической, редакционно-издательской, научно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности. Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними результатов освоения дисциплины (модуля): Знать: специфику артикуляции звуков; чтение транскрипции; особенности интонации, акцентуации и ритма нейтральной (бытовой) речи в иностранном языке; особенности произношения, интонации и акцентуации, характерные для сферы профессиональной коммуникации; базовую нейтральную (бытовую) и терминологическую лексику; базовые грамматические конструкции и формы, типичные для</p>

нейтральной (бытовой) речи; грамматические конструкции и формы, присущие подязыку специальности;

- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы бытовой и профессиональной коммуникации;
- основные способы словообразования;
- классификацию функциональных стилей речи и основные характеристики и особенности обиходно-литературного, официально-делового, научного стилей и стиля художественной литературы;
- историю, культуру и традиции своей страны и стран изучаемого языка.

Уметь:

- дифференцировать иноязычную лексику по сферам применения (нейтральная / бытовая, общенаучная, официально-деловая, терминологическая);
- соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами страноведческой, общенаучной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/диалогическую речь, в которой использованы наиболее употребительные лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций повседневного-бытового и профессионального общения;
- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран.

Владеть:

- базовым набором лексики (нейтральной / бытовой, общенаучной и терминологической направленности); языком разных жанров научной и справочной литературы (статьи, монографии, бюллетени и другая документация);
- базовым набором грамматических конструкций, характерных для бытовой, общенаучной и специальной литературы);
- навыками чтения (просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего);
- основными видами монологического/диалогического высказывания бытового, общенаучного и профессионального характера;
- приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;
- переводческими навыками (устный/письменный перевод текстов профессиональной направленности);
- методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
- навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet);

		<p>письменной формой языка в рамках, обязательных для осуществления профессиональных функций и научной деятельности (написание тезисов, статей, рефератов, аннотаций, докладов, рецензий, и т.п.);</p> <p>основами публичной речи и базовыми приемами ораторского искусства.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов.</p>
	Реклама	<p>Реклама как наука заслуживает более детального изучения в системе высшего профессионального образования. Образовательный стандарт в области рекламы рассчитан преимущественно на деятельность внешних партнеров компании в сфере продвижения товара или услуги. Однако немаловажной является деятельность самой организации для реализации рекламной деятельности, ее собственный вклад в данное направление своего развития, ее инновации в процессе осуществления рекламных мероприятий.</p> <p>В связи с этим основной целью курса является изучение студентами основ управления рекламной деятельностью организации в рыночных условиях.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов).</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия в количестве 12 часов, семинары (14 часов), самостоятельная работа студента (1,25 зачетные единицы).</p>
	Инвестиционный менеджмент	<p>Дисциплина «Инвестиционный менеджмент» представляет собой самостоятельный раздел экономической науки и является вариативной частью профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки: 080200 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете Управления кафедрой Финансов и кредита.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием таких дисциплин как: макроэкономика, менеджмент организации – части 1,2, организационное поведение.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить специалиста, теоретически подготовленного для осуществления профессиональной деятельности в сфере инвестиционного менеджмента, а также быть готовыми к эффективной творческой работе в процессе использования инвестиционных возможностей финансового рынка.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение фундаментальных вопросов инвестиционного менеджмента: экономического назначения, функций и роли в экономической системе государства и организаций (предприятий); • уровни и основные звенья инвестиционного менеджмента; • рассмотрение видовых особенностей и закономерностей развития инвестиционного менеджмента; • изучение принципов и правил инвестиционного менеджмента в российских условиях; • приобретение навыков принятия эффективных решений в работе с финансовыми инструментами в построении стратегии инвестиционного менеджмента <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:</p>

		<p>-профессиональных: владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16); В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • характеристику инвестиционного менеджмента в современных экономических условиях (ПК-16); • содержание и технологии проведения основных операций в сфере инвестиционного менеджмента (ПК-16); • операциями (ОК-13). <p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований в инвестиционном менеджменте (ПК-16); • оценивать эффективность инвестиционных проектов с учетом фактора неопределенности (ПК-16); • разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-16); <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологией экономического исследования в сфере инвестиционного менеджмента (ПК-16); • современными методиками расчета и анализа экономических показателей инвестиционной деятельности (ПК-16). <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения теоретических вопросов, выполнения практических заданий и итоговой контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены:</p> <p>для студентов очной формы обучения: лекции (22 час.), семинары (26 час.), самостоятельная работа учащихся (60 час.).</p> <p>для студентов очно - заочной формы обучения: лекции (16 час.), семинары (20 час.), самостоятельная работа учащихся (72 час.).</p> <p>для студентов заочной формы обучения: лекции (6 час.), семинары (6 час.), самостоятельная работа учащихся (96 час.).</p> <p>Дисциплина «Инвестиционный менеджмент» реализуется в 6 семестре для очной, очно – заочной форм обучения, в 8 семестре для заочной формы обучения</p>
	Международная торговля	<p>Дисциплина «Международная торговля: современная специфика и основные тенденции» является дисциплиной по выбору вариативной части программы направления подготовки 380302 Менеджмент</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть процесс международной торговли в рамках мировой экономики как наиболее важный и определяющий ее современное развитие; • раскрыть основные формы и методы международной

торговли, выявить их сущность, противоречия и направления развития, опираясь на результаты исследований отечественных и зарубежных ученых, сформулированных ими основных концепций и теорий в этой области;

- дать фактические знания об основных тенденциях и явлениях, связанных с процессом международной торговли;
- сформировать умение выносить аргументированные суждения по проблемам международной торговли, перспективам ее развития в зависимости от влияния наиболее важных факторов;
- обучить методам экономико-статистического анализа для выявления наиболее важных тенденций в развитии международного товарного обмена, а также использовать полученные знания в практической аналитической деятельности;
- развить способности к саморазвитию, самообразованию, принятию самостоятельных решений.

1.2 Формируемые компетенции

Требования к результатам освоения дисциплины:

Дисциплина направлена на формирование у бакалавров следующих компетенций:

общепрофессиональные (ОПК):

способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1);

готовностью организовать работу исследовательского коллектива в научной отрасли, соответствующей направлению подготовки (ОПК-2);

готовностью к преподавательской деятельности по образовательным программам высшего образования (ОПК-3).

профессиональные (ПК):

готовность к критическому анализу условий развития процесса международного товарного обмена, выявлению его наиболее важных форм и тенденций, оказывающих определяющее влияние на развитие современного мира (ПК-1).

готовность к использованию альтернативных методов и методик при решении исследовательских задач в новых условиях современной мировой экономики (ПК-2).

В результате изучения дисциплины аспирант должен:

Знать:

▪ объективные и субъективные факторы развития международной торговли и основные формы их проявления

▪ основные методы генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в новых условиях интернационализации мировой экономики

▪ методы анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях

▪ современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках

▪ особенности взаимодействия в процессе работы российских и международных исследовательских коллективов по решению научных

		<p>и научно-образовательных задач</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ критически оценивать современные научные достижения, генерировать новые идеи при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях ▪ использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках ▪ планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками сбора, обработки, анализа и сравнения экономической информации по проблемам международной торговли ▪ навыками использования методологического инструментария при сравнениях влияния международной торговли на национальную экономику ▪ навыками критического анализа и оценки тенденций развития современного мирового хозяйства <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа, в т.ч. 22 часов – лекции, 26 часов- семинары , 60 часов- самостоятельная работа бакалавров.</p>
Управление коммерческой деятельностью		<p>Дисциплина «Коммерческая деятельность» является частью цикла профессиональных дисциплин вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки для бакалавров 38.03.02. Менеджмент. Дисциплина реализуется кафедрой управления факультета управления Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: овладение студентами системой теоретико-методологических, организационно-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг в розничной торговле для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товаров.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение методов организации и развития коммерческой деятельности по розничной торговле; - освоение процессами коммерческой деятельности по розничной продаже товаров в сфере услуг; - разработка методологии исследования коммерческой деятельности по розничной торговле на рынке товаров и услуг; - обоснование организации составляющих коммерческой деятельности по розничной торговле; - ознакомление с государственным регулированием коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения; - рассмотрение роли маркетингового, рекламного и технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности розничного предприятия; - определение результативности коммерческой деятельности розничного предприятия торговли. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ПК-7.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:</p>

		<p>Знать: основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности в розничной торговле; методологические основы коммерческой деятельности в розничной торговле, ее составляющие элементы; договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением; государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь: формировать рекламно-информационное пространство ритейла; применять инновации в коммерческой деятельности ритейла; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.</p> <p>Владеть: прогрессивными методами розничной продажи товаров; аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности в розничной торговле на предприятиях; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности розничного предприятия торговли; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины составляет, 108 часов.</p>
	<p>Международный маркетинг</p>	<p>Дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной по выбору вариативного цикла (Б1.В.ДВ.9) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Международный менеджмент") очной, очно-заочной и заочной форм обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины – дать студентам фундаментальные теоретические и качественные практические знания международного маркетинга, умения и навыки маркетинговой деятельности на международных рынках, подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления международной маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучение основным понятиям международного маркетинга; - помощь в овладении профессиональной терминологией на русском и английском языках; - формирование навыков использования методологии и методов исследования зарубежных рынков и потребностей потребителей; - обучение специфике использования основных маркетинговых стратегий при выходе на международные рынки; - формирование понимания специфики продвижения товаров в разных

		<p>странах и регионах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучение основам маркетинговых коммуникаций на международных рынках; - подготовка специалистов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по маркетинговым вопросам в международном бизнесе. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Профессионально-прикладные компетенции: <p>ППК-7(умение сбора информации для анализа спроса на производимую продукцию или услуги и прогноза сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей);</p> <p>ППК-11(умение находить и оценивать новые рыночные возможности).</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные категории международного маркетинга; - специфику исследования зарубежного рынка и потребностей потребителей; - методы анализа, оценки и выбора зарубежного рынка; - основные принципы сегментации зарубежного рынка; - особенности комплекса маркетинга при работе на внешних рынках; - принципы, подходы, стратегии и методы формирования товарной, ценовой и сбытовой политики на зарубежных рынках; - особенности установления эффективных маркетинговых коммуникаций на внешних рынках; - особенности маркетинговой деятельности на разных типах рынков; - возможность применения различных маркетинговых стратегий предприятия при выходе на зарубежный рынок. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять план маркетингового исследования зарубежных рынков, с учетом специфики разных стран; - осуществлять выбор оптимальной стратегии для предприятия, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры зарубежного рынка; - составлять план продвижения продукции на зарубежный рынок; - выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных зарубежных рынках; - изучать конкурентную среду при осуществлении международной деятельности; - анализировать изменение ситуации на внутреннем рынке, связанное с появлением зарубежных конкурентов; - на практике применять полученные знания во взаимоотношениях с международными партнерами, в том числе в процессе общения на иностранном (английском) языке. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией на русском и английском языках; - методами анализа различных рынков; - основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности на зарубежных рынках; - принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности на внешних рынках; - навыками проведения маркетинговых исследований на зарубежных рынках;
--	--	--

		<p>-умением оценивать эффективность различных методов продвижения продукции на зарубежные рынки;</p> <p>-принципами применения и сочетания различных форм современных маркетинговых коммуникаций на международных рынках.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестирования, самостоятельной работы , промежуточная аттестация в форме зачета по окончании курса .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
<p>Международный маркетинг (на английском языке)</p>		<p>Дисциплина «Международный маркетинг (на английском языке)» является дисциплиной по выбору вариативного цикла (Б1.В.ДВ.9) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Международный менеджмент") очной, очно-заочной и заочной форм обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.</p> <p>Цель дисциплины – дать студентам фундаментальные теоретические и качественные практические знания международного маркетинга, умения и навыки маркетинговой деятельности на международных рынках, подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления международной маркетинговой деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучение основным понятиям международного маркетинга; - помощь в овладении профессиональной терминологией на русском и английском языках; - формирование навыков использования методологии и методов исследования зарубежных рынков и потребностей потребителей; - обучение специфике использования основных маркетинговых стратегий при выходе на международные рынки; - формирование понимания специфики продвижения товаров в разных странах и регионах; - обучение основам маркетинговых коммуникаций на международных рынках; - подготовка специалистов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по маркетинговым вопросам в международном бизнесе. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Профессионально-прикладные компетенции: <ul style="list-style-type: none"> ППК-7(умение сбора информации для анализа спроса на производимую продукцию или услуги и прогноза сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей); ППК-11(умение находить и оценивать новые рыночные возможности). <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные категории международного маркетинга; - специфику исследования зарубежного рынка и потребностей потребителей; - методы анализа, оценки и выбора зарубежного рынка; - основные принципы сегментации зарубежного рынка;

		<ul style="list-style-type: none"> - особенности комплекса маркетинга при работе на внешних рынках; - принципы, подходы, стратегии и методы формирования товарной, ценовой и сбытовой политики на зарубежных рынках; -особенности установления эффективных маркетинговых коммуникаций на внешних рынках; - особенности маркетинговой деятельности на разных типах рынков; -возможность применения различных маркетинговых стратегий предприятия при выходе на зарубежный рынок. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять план маркетингового исследования зарубежных рынков, с учетом специфики разных стран; -осуществлять выбор оптимальной стратегии для предприятия, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры зарубежного рынка; - составлять план продвижения продукции на зарубежный рынок; - выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных зарубежных рынках; - изучать конкурентную среду при осуществлении международной деятельности; - анализировать изменение ситуации на внутреннем рынке, связанное с появлением зарубежных конкурентов; - на практике применять полученные знания во взаимоотношениях с международными партнерами, в том числе в процессе общения на иностранном (английском) языке. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией на русском и английском языках; - методами анализа различных рынков; - основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности на зарубежных рынках; - принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности на внешних рынках; -навыками проведения маркетинговых исследований на зарубежных рынках; -умением оценивать эффективность различных методов продвижения продукции на зарубежные рынки; -принципами применения и сочетания различных форм современных маркетинговых коммуникаций на международных рынках. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестирования, самостоятельной работы , промежуточная аттестация в форме зачета по окончании курса .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	Стратегическое планирование	<p>Дисциплина «Стратегическое планирование» является частью вариативного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 380302 «Менеджмент» и входит в него как дисциплина по выбору. Дисциплина реализуется на факультете кафедрой управления.</p> <p>Цель курса – формирование у студентов глубоких фундаментальных теоретических и практических знаний, позволяющих ускорить их профессиональную адаптацию к деятельности современных организаций и оптимизировать их работу с учетом современного опыта в области стратегического управления.</p>

Задачи курса:

- ознакомить студентов с концепцией и основными понятиями стратегического планирования, как особой области знаний и профессиональной сферой деятельности менеджера, связанной с управлением организацией;
- рассмотреть основные аспекты стратегического планирования и дать представление об интегрированном подходе к решению задач в этой области, с учетом современной практики;
- дать представление о характере и особенностях стратегического планирования в отечественной и зарубежной управленческой практике; задачах профессионального менеджера по решению задач стратегического планирования в современных организациях;
- ознакомить с внедрением новых принципов, форм, и методов стратегического планирования.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со стратегическим планированием как с одной из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Процесс стратегического планирования является элементом системы управления организацией, который объединяет все управленческие функции. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации. Стратегическое планирование становится все более актуальным для российских предприятий и организаций, которые конкурируют как между собой, так и с иностранными субъектами хозяйственной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование у студента таких компетенций как:

- ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

1. характер взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
2. порядок разработки стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента;
3. принципы формирования корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
4. порядок планирования операционной (производственной) деятельности организации;
5. порядок проведения оценки инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования;
6. принципы проведения анализа операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений.

		<p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. использовать инструментарий стратегического менеджмента при разработке стратегии и стратегического плана организации; 2. учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегического плана организации; 3. планировать операционную (производственную) деятельность организаций; 4. проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования; 5. проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений. 6. анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5). <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; 2. новыми подходами, методами и лучшей практикой в области современного менеджмента, инструментами его информационной поддержки, которые опираются на инновационные технологии, методами реализации управленческих функций; 3. практическими навыками исследования организационной динамики и совершенствования организационных процессов, методами реализации структурного синтеза. 4. навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3); <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме защиты итоговой письменной контрольной сдачи зачета. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, общая трудоемкость 108 часов.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены лекционные (22 час.) занятия, семинары(26 час.), самостоятельная работа студента (60 час.).</p>
	<p>Реинжиниринг бизнес-процессов в международной практике</p>	<p>Дисциплина «Реинжиниринг бизнес-процессов в международной практике» является частью профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 380302 «Менеджмент», профили «Информационный менеджмент», «Маркетинг», «Международный менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права.</p> <p>Цель курса – состоит в подготовке бакалавра, способного на основе полученных знаний обоснованно принимать решения по различным вопросам, связанным с проблемами управления и реинжиниринга бизнес-процессов.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение теоретических и методологических основ реинжиниринга бизнес-процессов,

- овладение понятийным аппаратом дисциплины «Реинжиниринг бизнес-процессов», освоение принципов, методов, функций и инструментария реинжиниринга,
 - приобретение навыков разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях различной макро и микроэкономической ситуации,
 - овладение практическими навыками исследования организационной динамики и совершенствования организационных процессов.
 - Изучить существующие методы и инструменты моделирования бизнес-процессов;
 - Сформировать практические навыки реинжиниринга бизнес-процессов;
 - Изучить методы и инструменты измерения, анализа и диагностики моделей бизнес-процессов.
 - Изучить методы и практику реинжиниринга бизнес-процессов в условиях развития организационного кризиса.
- Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: профессиональными компетенциями (ПК),
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-9);
- В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
1. Знать:
- Научные основы управленческой деятельности в области реинжиниринга, основные принципы и концепции
 - Сравнительная характеристика методов управления организацией
 - Развитие идей совершенствования бизнес-процессов
 - Методология и принципы реинжиниринга
 - Практические результаты проведения реинжиниринга бизнес-процессов.
 - Реинжиниринг бизнес-процессов, как метод антикризисного управления
2. Уметь:
- моделировать бизнес-процессы с применением формальных нотаций и стандартов;
 - анализировать модели бизнес-процессов;
 - использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием реинжиниринга;
 - использовать информационные технологии при проведении реинжиниринга бизнес-процессов;
 - принимать эффективные решения при проведении реинжиниринга, используя модели бизнес-процессов;
 - управлять производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии реинжиниринга.
3. Владеть:
- методами анализа и проектирования бизнес-процессов;
 - методами диагностирования параметров моделей бизнес-процессов;

		<ul style="list-style-type: none"> • программными средствами моделирования и анализа бизнес-процессов; • методами диагностирования финансово-экономического состояния организации; • методами реинжиниринга и совершенствования бизнес-процессов. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнение практических заданий, промежуточный контроль в форме защиты итоговой письменной контрольной и курсовой работ, сдачи зачета по теоретической и практической частям курса. Итоговая оценка выставляется в полном соответствии с утверждённой в РГГУ рейтинговой системой контроля знаний.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа.</p>
	<p>Международный опыт управления изменениями в компаниях</p>	<p>Дисциплина «Международный опыт управления изменениями в компаниях» входит в вариативную часть учебного плана бакалавров по направлению подготовки 080200 «Менеджмент».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой управления Института управления, экономики и права Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Цель курса – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями и умениями применения международного опыта управления изменениями в компаниях.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дать представление бакалаврам о понятии и видах объектов изменений в компаниях; • ознакомить их с направлениями и способами реализации организационных изменений (ПК-6); • обучить их методам управления проектными изменениями (ПК-6); • сформировать навыки составления программы организационных изменений (ПК-6); • дать представление о международном опыте функционирования компаний – проводников изменений; • освоить технологии документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ППК-5). <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-6 – способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;</p> <p>ППК-5 – владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен сформировать определенные результаты обучения по дисциплине.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понятие и виды объектов изменений в компаниях; • направления и способы реализации организационных изменений

		<p>(ПК-6);</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы управления проектными изменениями (ПК-6); • технологию составления программы организационных изменений (ПК-6); • международный опыт функционирования компаний – проводников изменений; • технологии документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ППК-5). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определять виды объектов изменений в компаниях; • быть способным участвовать в реализации организационных изменений (ПК-6); • применять на практике методы управления проектными изменениями (ПК-6); • участвовать в составлении программы организационных изменений (ПК-6); • применять на практике международный опыт функционирования компаний – проводников изменений; • документально оформлять решения при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ППК-5). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами идентификации видов объектов изменений в компаниях; • способами реализации организационных изменений (ПК-6); • методами управления проектными изменениями (ПК-6); • технологией составления программы организационных изменений (ПК-6); • международным опытом функционирования компаний – проводников изменений; • методиками документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ППК-5). <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, итоговый контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины для бакалавров по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p> <p>Программой дисциплины предусмотрены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -для студентов очной формы обучения лекционные занятия (12 часов), семинары (14 часов), самостоятельная работа студента (46 часов); -для студентов очно-заочной формы обучения лекционные занятия (6 часов), семинары (8 часов), самостоятельная работа студента (58 часов); -для студентов заочной формы обучения лекционные занятия (2 часа), семинары (4 часа), самостоятельная работа студента (66 часов).
	<p>Основы бренд-менеджмента</p>	<p>Дисциплина «Основы бренд-менеджмента» является обязательной дисциплиной вариативного цикла (Б1.В.ОД.16) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02</p>

«Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Маркетинг") очной, очно-заочной и заочной форм обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.

Цель дисциплины – подготовить бакалавра, обладающего знаниями о механизме создания, позиционирования и продвижении брендов, формирования марочного капитала, о роли бренда в системе маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для бренд-менеджмента.

Задачи дисциплины:

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Основы бренд-менеджмента»;
- обосновать роль и место бренда в стратегическом планировании современной компании;
- показать цели и задачи бренд-менеджмента;
- рассмотреть принципы и методы оценки эффективности мероприятий брендинга.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

А). Общекультурных:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);

Б). Профессиональных:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- сущность, функции и классификацию брендов;
- основные концепции теории бренд-менеджмента;
- основы правовой охраны брендов;
- методы оценки стоимости брендов;
- принципы управления брендингом: планирование, организация, оценка эффективности;
- стратегии управления портфелем брендов

Уметь:

- формировать идентичность бренда;
- разрабатывать стратегии управления брендом и портфелем брендов на основе полученных знаний;
- оптимизировать марочный портфель;
- диагностировать силу бренда;
- проводить мероприятия по оздоровлению бренда;
- на практике применять современные методики оценки стоимости брендов;
- анализировать ключевые проблемы бренд-менеджмента.

Владеть:

- специальной терминологией;
- основными формами административно-организационного и стратегического управления брендом;

		<ul style="list-style-type: none"> • принципами и методами оценки эффективности бренд-менеджмента; <p>принципами и методами линейного и категориального расширения брендов.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестирования, самостоятельной работы, промежуточная аттестация в форме зачета по окончании курса .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
Управление каналами дистрибуции		<p>Дисциплина «Управление каналами дистрибуции» является частью блока общеобразовательных профессиональных дисциплин вариативной части обязательных дисциплин учебного плана по направлению подготовки бакалавров 38.04.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» очное отделение, 2016 г. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы Института экономики, управления и права РГГУ.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i></p> <p>изучение современного состояния, оценка и управление каналами дистрибуции товаров, определение тенденций в ее развитии как системы и процесса перемещения товаров от производителей к потребителям, определение тенденций их трансформации за последние годы, выявление факторов, определяющих развитие дистрибуции, в увеличению их вклада в общий процесс дистрибуции.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <p>систематизировать и изложить теоретико-методологические подходы к определению понятия «дистрибуция»;</p> <p>определить влияние каналов дистрибуции на эффективность деятельности участников рынка потребительских товаров;</p> <p>обосновать принципы формирования организационной структуры дистрибуции товаров в современных условиях;</p> <p>выявить факторы, оказывающие влияние на построение системы рационального перемещения товаров от производителя к потребителю, а также дать оценку значению сервисного обслуживания в дистрибуции товаров народного потребления;</p> <p>определить закономерности развития современного рынка розничной торговли в России, показать роль ее основных типов предприятий в развитии товарного рынка;</p> <p>проанализировать инструментарий совершенствования организации и управления деятельности предприятий ритейла, оптового звена, влияющие на построение системы дистрибуции в современных условиях;</p> <p>исследовать социально-экономическую сущность лояльности покупателей предприятий ритейла, способствующих росту их конкурентоспособности, как заключительного звена дистрибуции.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: Профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15); - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17); - владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

В результате освоения содержания дисциплины обучающийся должен:

Знать:

теоретико-методологические основы создания и эффективного функционирования системы дистрибуции товаров в России; механизм повышения эффективности системы дистрибуции на товарном рынке, в том числе за счет формирования новых подходов к организации товародвижения, и, в частности, использования логистических методов; ключевые понятия и дифиниции, принципы, цели и задачи формирования систем дистрибуции в различных направлениях маркетинга; современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере производства и услуг; направления стратегического развития ритейла и оптового звена, как заключительного звена системы дистрибуции на товарном рынке; подходы к построению организационных структур дистрибуции в современных условиях.

Уметь:

вырабатывать управленческие решения, исходя из анализа системы рационального перемещения товарных потоков; активно привлекать покупателей в предприятия ритейла, разрабатывать программы лояльности, направленные на завоевание и удержание потребителей путем создания для них дополнительной ценности, в том числе путем продажи товаров под собственными торговыми марками; обосновывать эффективную сферу применения инновационных технологии в дистрибуции товаров: на участке «склад производителя – распределительный центр торговой сети - потребитель»; анализировать процессы дистрибуции с многочисленными функциями; выбирать количество и типы посредников; выбирать схему взаимодействия структуры дистрибутивной сети и схемы возможных товаропроводящих цепей при распределении продукции для промышленных потребителей и ритейла.

Владеть:

научным аспектом исследования на основе изучения, анализа и переосмысления теоретических, методологических и практических разработок отечественных и зарубежных ученых по проблемам построения системы дистрибуции потребительских товаров. понятийным аппаратом в области управления каналами дистрибуции; формированием потребительской лояльности к торговой компании, являющейся конечным звеном в системе дистрибуции; методологией построения эффективной системы дистрибуции; структурой торгово-технологических операций совершаемых в современном ритейле и складскими операциями в оптовом звене, рассматриваемых с позиций дистрибуции и ее взаимосвязи с управлением товарными, информационными, сервисными, финансовыми и правовыми потоками;

		<p>тенденциями и факторами развития товарного рынка: форм консолидации торговых компаний; степенью усиления конкуренции на рынке за счет увеличения доли иностранных розничных компаний; формированием сетевых организационных структур компаний-дистрибьюторов; методами и интенсивностью экспансии на региональные рынки;</p> <p>организацией, стадиями, уровнем оценки в соответствии с правилами эффективного обслуживания торгового сервиса.</p> <p>Рабочей программой на 4 курсе в 7 семестре предусмотрены следующие виды контроля: итоговый контроль в форме зачета .</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.</p>
Событийный маркетинг		<p>Дисциплина является частью цикла профессиональных дисциплин для ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент профиль: Маркетинг. Дисциплина является курсом по выбору, адресована студентам 3 курса (6 семестр). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета управления .</p> <p>Предмет дисциплины механизм организации и система социально-экономического управления событийными мероприятиями различных типов и видов.</p> <p>Цель курса: подготовить специалиста, обладающего знаниями о комплексном, интегрированном механизме организации и управления рекламными мероприятиями различных типов и видов в системе современных маркетинговых коммуникаций и профессиональными компетенциями, необходимыми для событийного маркетинга.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «событийный маркетинг»; • показать цели и задачи событийный маркетинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций • рассмотреть событийный маркетинг как эффективный инструмент создания и продвижения бренда • формирование у студентов навыков подготовки и реализации успешных рекламных мероприятий • рассмотреть принципы и методы оценки эффективности мероприятий событийный маркетинга <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>Дисциплина направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций выпускника.</p> <p>уметь использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-12).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> сущность, функции и классификацию событийных маркетинговых мероприятий; знать основные тенденции глобального маркетинга и рекламы; принципы управления событийным маркетингом: планирование, организация, оценка эффективности;

		<p>знать правовые аспекты реализации различных рекламных мероприятий</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать специальные рекламные и маркетинговые мероприятия на основании целей и задач клиента, с учетом специфики деятельности компании, ее традиций и предпочтений;</p> <p>уметь анализировать ключевые проблемы событийный маркетинга;</p> <p>разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области событийный маркетинга.</p> <p>формировать платформу для рекламного контента;</p> <p>создавать эмоциональную привязку к бренду;</p> <p>разрабатывать оригинальные новостные поводы для СМИ;</p> <p>продвигать товары импульсного спроса;</p> <p>планировать продажи в долгосрочной перспективе;</p> <p>формировать команду единомышленников среди сотрудников;</p> <p>планировать, организовывать и управлять всеми этапами event-маркетинга: от разработки яркого креативного концепта до его воплощения.</p> <p>Владеть:</p> <p>специальной терминологией;</p> <p>основными технологиями рекламной, выставочной, event-деятельности;</p> <p>современными управленческими технологиями;</p> <p>технологиями деловых презентаций;</p> <p>основными формами административно-организационного и стратегического управления событийный маркетингом;</p> <p>принципами и методами оценки эффективности событийный маркетинга;</p> <p>Программой дисциплины (модуля) предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольной работы, тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Конкурентный маркетинг</p>	<p>Дисциплина «Конкурентный маркетинг» является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ООП ВПО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата). Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 4 курса (7 семестр) очной, очно-заочной и заочной форм обучения.</p> <p>Цель дисциплины: дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки маркетинговой деятельности в условиях конкуренции, подготовить бакалавра, обладающего знаниями о методах анализа конкурентной среды и разработки конкурентной стратегии.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обучение современным методам анализа конкурентной среды предприятия, методам сравнительной оценки конкурентов и конкурентоспособности предприятия; • обучение студентов методологии разработки конкурентных стратегий, профессиональной оценки альтернативных вариантов конкурентных действий, выбора оптимального из них в

		<p>зависимости от конкретных рыночных условий;</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование у студентов понимания степени профессиональной ответственности за свои решения и действия; • подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать решения по совершенствованию конкурентной стратегии предприятия и повышению его конкурентоспособности . <p>Требования к результатам освоения дисциплины. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);</p> <p>способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ теоретические основы анализа конкурентной среды и разработки конкурентной стратегии; ▪ этапы анализа конкурентной среды; ▪ виды конкурентных стратегий; ▪ методы изучения конкурентной ситуации; ▪ типы конкурентных сил и соответствующие конкурентные барьеры. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ проводить исследование конкурентной среды; ▪ осуществлять выбор инструментария конкурентного анализа; ▪ составлять конкурентную таблицу; ▪ определять ключевые факторы, влияющие на выбор конкурентной стратегии. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками организации изучения конкурентной среды; ▪ навыками сбора, обработки и анализа информации о конкурентах; ▪ навыками подготовки отчетных материалов. <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме семинарских, практических занятий, творческих заданий, тестов и контрольных работ, промежуточная аттестация: в форме зачета с оценкой.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа).</p>
	Международный маркетинг	<p>Дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной по выбору вариативного цикла (Б1.В.ДВ.9.1) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Маркетинг") очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и</p>

рекламы.

Цель дисциплины – дать студентам фундаментальные теоретические и качественные практические знания международного маркетинга, умения и навыки маркетинговой деятельности на международных рынках, подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления международной маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины:

- обучение основным понятиям международного маркетинга;
- помощь в овладении профессиональной терминологией на русском и английском языках;
- формирование навыков использования методологии и методов исследования зарубежных рынков и потребностей потребителей;
- обучение специфике использования основных маркетинговых стратегий при выходе на международные рынки;
- формирование понимания специфики продвижения товаров в разных странах и регионах;
- обучение основам маркетинговых коммуникаций на международных рынках;
- подготовка специалистов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по маркетинговым вопросам в международном бизнесе.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- Профессиональные компетенции:

ПК-3 (владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности);

ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- основные категории международного маркетинга;
- специфику исследования зарубежного рынка и потребностей потребителей;
- методы анализа, оценки и выбора зарубежного рынка;
- основные принципы сегментации зарубежного рынка;
- особенности комплекса маркетинга при работе на внешних рынках;
- принципы, подходы, стратегии и методы формирования товарной,

		<p>ценовой и сбытовой политики на зарубежных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> -особенности установления эффективных маркетинговых коммуникаций на внешних рынках; - особенности маркетинговой деятельности на разных типах рынков; -возможность применения различных маркетинговых стратегий предприятия при выходе на зарубежный рынок. <p style="text-align: center;">Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять план маркетингового исследования зарубежных рынков, с учетом специфики разных стран; -осуществлять выбор оптимальной стратегии для предприятия, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры зарубежного рынка; - составлять план продвижения продукции на зарубежный рынок; - выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных зарубежных рынках; - изучать конкурентную среду при осуществлении международной деятельности; - анализировать изменение ситуации на внутреннем рынке, связанное с появлением зарубежных конкурентов; - на практике применять полученные знания во взаимоотношениях с международными партнерами, в том числе в процессе общения на иностранном (английском) языке. <p style="text-align: center;">Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией на русском и английском языках; - методами анализа различных рынков; - основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности на зарубежных рынках; - принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности на внешних рынках; -навыками проведения маркетинговых исследований на зарубежных рынках; -умением оценивать эффективность различных методов продвижения продукции на зарубежные рынки; -принципами применения и сочетания различных форм современных маркетинговых коммуникаций на международных рынках. <p style="text-align: center;">Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестирования, самостоятельной работы , промежуточная аттестация в форме экзамена по окончании курса .</p> <p style="text-align: center;">Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	Международный маркетинг (на английском языке)	<p style="text-align: center;">Дисциплина «Международный маркетинг» (на английском языке) является дисциплиной по выбору вариативного цикла (Б1.В.ДВ.9.2) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (профиль: "Маркетинг") очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ</p>

кафедрой маркетинга и рекламы.

Цель дисциплины – дать студентам фундаментальные теоретические и качественные практические знания международного маркетинга, умения и навыки маркетинговой деятельности на международных рынках, подготовить специалиста, обладающего знаниями о процессах маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления международной маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины:

- обучение основным понятиям международного маркетинга;
- помощь в овладении профессиональной терминологией на русском и английском языках;
- формирование навыков использования методологии и методов исследования зарубежных рынков и потребностей потребителей;
- обучение специфике использования основных маркетинговых стратегий при выходе на международные рынки;
- формирование понимания специфики продвижения товаров в разных странах и регионах;
- обучение основам маркетинговых коммуникаций на международных рынках;
- подготовка специалистов, способных на основе полученных знаний творчески и оперативно принимать обоснованные решения по маркетинговым вопросам в международном бизнесе.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- **Профессиональные компетенции:**

ПК-3 (владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности);

ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- основные категории международного маркетинга;
- специфику исследования зарубежного рынка и потребностей потребителей;
- методы анализа, оценки и выбора зарубежного рынка;
- основные принципы сегментации зарубежного рынка;
- особенности комплекса маркетинга при работе на внешних рынках;
- принципы, подходы, стратегии и методы формирования товарной,

		<p>ценовой и сбытовой политики на зарубежных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> -особенности установления эффективных маркетинговых коммуникаций на внешних рынках; - особенности маркетинговой деятельности на разных типах рынков; -возможность применения различных маркетинговых стратегий предприятия при выходе на зарубежный рынок. <p style="text-align: center;">Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять план маркетингового исследования зарубежных рынков, с учетом специфики разных стран; -осуществлять выбор оптимальной стратегии для предприятия, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры зарубежного рынка; - составлять план продвижения продукции на зарубежный рынок; - выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных зарубежных рынках; - изучать конкурентную среду при осуществлении международной деятельности; - анализировать изменение ситуации на внутреннем рынке, связанное с появлением зарубежных конкурентов; - на практике применять полученные знания во взаимоотношениях с международными партнерами, в том числе в процессе общения на иностранном (английском) языке. <p style="text-align: center;">Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специальной терминологией на русском и английском языках; - методами анализа различных рынков; - основными методами планирования и организации маркетинговой деятельности на зарубежных рынках; - принципами и методами оценки эффективности маркетинговой деятельности на внешних рынках; -навыками проведения маркетинговых исследований на зарубежных рынках; -умением оценивать эффективность различных методов продвижения продукции на зарубежные рынки; -принципами применения и сочетания различных форм современных маркетинговых коммуникаций на международных рынках. <p style="text-align: center;">Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестирования, самостоятельной работы , промежуточная аттестация в форме экзамена по окончании курса .</p> <p style="text-align: center;">Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
БЛОК 2	Практика по получению первичных профессиональных умений и	Практика является обязательной составной частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров Менеджмент. Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, вырабатывает практические навыки, способствуют комплексному

<p>навыков</p>	<p>формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов.</p> <p>По итогам прохождения практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; - основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; - осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия ; - под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; - реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности ; - использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и вне кабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; - организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных; - подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе ; - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга ; - базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с
----------------	--

		<p>представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве ; - навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации. <p>Программой предусмотрены следующие виды аттестации: собеседование, заполнение дневника практики, составление и защита отчета, дифференцированный зачет.</p> <p>Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы (108 часов).</p>
	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>Практика является обязательной составной частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров Менеджмент.</p> <p>Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, вырабатывает практические навыки, способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов.</p> <p>По итогам прохождения практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; - основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10); <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5); - критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7); - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13); - осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1); - под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3); - под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4); - реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12); - использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и вне кабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков

		<p>фирмы и организации (ПК-15);</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31); - подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32); <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1); - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3); - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12); - базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6); - базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9); - навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13); - навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20). <p>Программой предусмотрены следующие виды аттестации: собеседование, заполнение дневника практики, составление и защита отчета.</p> <p>.Общая трудоемкость практики составляет 2 недели: 3 зачетных единицы (108 часов).</p>
	<p>Преддипломная практика</p>	<p>Преддипломная практика является обязательной составной частью образовательного процесса по направлению подготовки бакалавров направления Менеджмент</p> <p>Преддипломная практика закрепляет знания и умения, приобретаемые студентами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, вырабатывает практические навыки, способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов.</p> <p>По итогам прохождения практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8); - основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10); - свои права и обязанности как гражданина своей страны, действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы своей

деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.

уметь:

- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;
- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и вне кабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы ;
- организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;
- подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа ;
- собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (;

		<ul style="list-style-type: none"> - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; - основами речи, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения; - базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; - навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; - навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <p>Программой предусмотрены следующие виды аттестации: собеседование, заполнение дневника практики, составление и защита отчета, промежуточная аттестация в форме зачета.</p>
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	<p>Государственная итоговая аттестация выпускников РГГУ, обучающихся по направлению Менеджмент квалификация (степень) «бакалавр» включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) сдачу комплексного государственного экзамена 2) защиту выпускной квалификационной работы. <p>Программа государственного экзамена носит межпредметный характер и включает тематические разделы, соответствующие основным учебным дисциплинам образовательной программы 080200 Менеджмент.</p> <p>Целью комплексного государственного экзамена является на основе компетентного подхода выявить совокупность знаний, полученных студентами в процессе обучения, и их умения практически применять теоретические знания в различных областях управления при решении конкретных задач, возникающих в деятельности менеджера.</p> <p>Бакалавр по направлению подготовки 080200 Менеджмент должен решать профессиональные задачи в соответствии с основными видами профессиональной деятельности: организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской. В процессе подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену у студента должны быть сформированы общекультурные и профессиональные компетенции, указанные в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования по направлению Менеджмент.</p> <p>Программа комплексного государственного экзамена содержит перечень компетенций, которыми должен обладать выпускник, как по отдельным дисциплинам, так и по программе в целом (Приложение), перечень вопросов по всем её тематическим разделам, список учебников и учебных пособий, а также в случае необходимости обязательной и дополнительной литературы.</p> <p>Комплексный характер программы обусловил специфику составления экзаменационных билетов. Каждый экзаменационный билет содержит два теоретических и один практический вопрос.</p>

Вопросы билетов призваны отражать как общие теоретические аспекты науки управления, так и выявлять профессиональные знания, умения и навыки выпускников факультета управления по дисциплинам, отражающим специфику профиля подготовки. Общие вопросы относятся к менеджменту, теории организации, маркетингу, стратегическому менеджменту, исследованию систем управления, управлению персоналом и другим дисциплинам, представленным в программе. Вопросы, относящиеся к профилю, ориентированы на выявление знаний в более узкой области. Практические вопросы предназначены для оценки знаний по вопросам, касающимся отдельных инструментов, показателей, способов расчета в менеджменте.

Состав дисциплин, отражающих профиль подготовки и включенных в программу государственного экзамена с целью учета особенностей учебного плана подготовки бакалавров может быть сокращен.

Комплексный государственный экзамен принимается Государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), состав которой формируется из профессорско-преподавательского состава факультета управления Института экономики, управления и права РГГУ, специалистов, приглашаемых из сторонних организаций – ведущих преподавателей и сотрудников других высших учебных заведений, представителей организаций-работодателей и научно-исследовательских институтов, а также хозяйственных руководителей и специалистов-практиков в области современного управления и менеджмента.

В ходе итоговой аттестации осуществляется проверка, в первую очередь, следующих компетенций магистранта:

общекультурные компетенции (ОК):

– способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

– готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

– готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

– готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

– готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

– способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

профессиональные компетенции (ПК), в том числе:

организационно-управленческая деятельность:

– способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);

– способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (**ПК-3**);
аналитическая деятельность:
- способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (**ПК-4**);
- владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (**ПК-5**);
- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (**ПК-6**);
научно-исследовательская деятельность:
- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (**ПК-7**);
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (**ПК-8**);
- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (**ПК-9**);
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (**ПК-10**).

В результате итоговой государственной аттестации магистрант должен

знать:

- весь объем требуемых по стандарту общекультурных и профессиональных знаний

уметь:

- использовать данные знания в профессиональной деятельности

владеть:

- всем объемом требуемых по стандарту навыков.

Общая трудоемкость составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

Предусмотрена самостоятельная работа магистранта по подготовке и итоговый контроль его знаний.

Формами итогового контроля знаний выпускников являются государственный экзамен и защита выпускной квалификационной работы.