



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом МГТУ им. Г.И. Носова
Протокол № 5 от «17» марта 2021 г

Ректор МГТУ им. Г.И. Носова,
председатель ученого совета



М.В. Чукин

**АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН
ПО ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
38.03.01 ЭКОНОМИКА

Направленность (профиль) программы
Цифровой маркетинг

Магнитогорск, 2021

ОП-ЭЭ6-21-2

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН ПО ПРОГРАММЕ БАКАЛАВРИАТА

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
БЛОК 1. ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			
Обязательная часть			
Б1.0.01	<p>История (История России, Всеобщая история) Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; – введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации. <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки 2. Древнейшая стадия истории человечества 3. Средневековье как стадия исторического процесса 4. Россия и мир в XVI-XVIII вв. 5. Россия и мир в XIX веке 6. Россия и мир в конце XIX- начале XX вв 7. Россия и мир во второй половине XX века 8. Россия и мир между двумя мировыми войнами. Вторая мировая война. 9. Мир на рубеже XX-XXI вв.: пути развития современной цивилизации, интеграционные процессы, международные отношения 	УК-5	3 з.е. 108 часов
Б1.0.02	<p>Философия</p> <ul style="list-style-type: none"> – Цели и задачи изучения дисциплины: сформировать способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; – развивать способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; – способствовать развитию гуманитарной культуры студента посредством его приобщения к опыту философского мышления, формирования потребности и навыков критического осмысления состояния, тенденций и перспектив развития культуры, цивилизации, общества, истории, личности. – предоставление необходимого минимума знаний для формирования мировоззренческих оснований научно-исследовательской деятельности; – сформировать представление о специфике 	УК-1; УК-5	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>философии как способе познания и духовного освоения мира;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определить основания активной жизненной позиции, ввести в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Философская картина мира 2. История философии 3. Теоретические основания философии 4. Общество. Культура и цивилизация 		
Б1.0.03	<p>Иностранный язык</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования; – овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции в устной и письменной формах для решения социально-значимых задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности, а также для дальнейшего самообразования. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Я в современном мире 2. Ценности образования 3. История научной мысли 4. Страна, где я живу 5. Страны изучаемого языка 6. Современное производство и окружающая среда 7. Достижения научно-технического прогресса 	УК-4	7 з.е. 252 часа
Б1.0.04	<p>Правоведение</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов знаний, позволяющих обучающимся ориентироваться в системе законодательства Российской Федерации, давать юридическую оценку реальным событиям общественной жизни. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы государства и права 2. Основы частного права 3. Основы публичного права 4. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности 	УК-2; УК-11	3 з.е. 108 часов
Б1.0.05	<p>Безопасность жизнедеятельности</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование навыков в области оказания приемов первой помощи; – изучение методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций в соответствии с современными тенденциями; – формирование умения использовать базовые 	УК-8; УК-9	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности 2. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях 3. Формирование опасностей в производственной среде. 4. Технические методы и средства повышения безопасности и экологически производственных систем 5. Правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности 6. Ситуационная помощь людям с ограниченными возможностями здоровья 		
Б1.0.06	<p>Социальное партнерство</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способствовать овладению студентами теоретико-методологической базой исследования и оценки социальной реальности в контексте проблем, составляющих содержание социального партнерства. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Научно-теоретические основы социального партнерства 2. Социальное взаимодействие: субъекты, уровни, формы 3. Социальное партнерство в разных сферах 	УК-2; УК-3; УК-9	3 з.е. 108 часов
Б1.0.07	<p>Личностно-профессиональное саморазвитие</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование профессионально-личностных качеств бакалавра <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Психология 2. Личность в системе межличностных отношений 	УК-6	3 з.е. 108 часов
Б1.0.08	<p>Деловая коммуникация на русском языке</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение студентами способностью логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; – овладением навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи; – овладение способностью к составлению научно-аналитических отчетов, пояснительных записок для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Язык и речь 2. Культура официально-деловой речи 	УК-4	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	3. Культура публичной речи		
Б1.0.09	<p>Культурология</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов устойчивых и целостных представлений о культуре как специфической и универсальной форме человеческой самоорганизации; об основных формах и закономерностях мирового процесса развития культуры; – получение студентами базовых знаний о культурологии как науке; об основных разделах современного культурологического знания, о проблемах и методах исследований в области культуры; – выработка навыков самостоятельного овладения студентами миром ценностей культуры для совершенствования своей личности и профессионального мастерства. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Культура как основной предмет изучения культурологии 2. Основные культурологические концепции прошлого и настоящего 	УК-5	3 з.е. 108 часов
Б1.0.10	<p>Физическая культура и спорт</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья, а также подготовка к будущей профессиональной деятельности. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Физическая культура в профессиональной подготовке студентов 2. Организационные и методические основы физического воспитания 3. Анатомо-морфологические и физиологические основы жизнедеятельности организма человека при занятиях физической культурой 4. Основы здорового образа жизни студента 5. Спорт в системе физического воспитания 	УК-7	2 з.е. 72 часа
Б1.0.11	<p>Проектная деятельность</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – отработка навыков научно-исследовательской, аналитической и проектной работы; – овладение навыками проектирования организационных структур, участия в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; 	УК-2; УК-3; ОПК-4	5 з.е. 180 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<ul style="list-style-type: none"> – овладение 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; – формирование навыков проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования; – формирование навыков участия в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в проектную деятельность 2. Этапы проектирования 		
Б1.0.12	<p>Продвижение научной продукции</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие у студентов личностных качеств, а также формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС. В процессе изучения дисциплины студенты должны получить полное и глубокое представление о видах научной продукции и путях продвижения ее на рынок, получение комплекса знаний о системе государственной поддержки, грантах, фондах и оформлении конкурсной документации и патентной документации <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие научной продукции 2. Виды научной продукции 3. Научная новость и лонгрид как формы продвижения научной продукции в интернет-изданиях 4. Пути продвижения на рынок 5. Системы финансирования 6. Научная статья, тезисы, доклады на конференциях как источники информации о НТП 7. Конкурсная документация и ее оформление 	УК-1	3 з.е. 108 часов
Б1.0.13	<p>Экономика</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение фундаментальных закономерностей экономического развития общества, лежащих в основе всей системы экономических знаний, анализ функционирования рыночной экономики на микро и макроуровне, определение роли государственных институтов в экономике, рассмотрение теоретических концепций, обосновывающих механизм эффективного функционирования экономики; – формирование у студентов основ экономического 	УК-10	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>мышления;</p> <ul style="list-style-type: none"> – выработка способности использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; – формирование компетенций, необходимых при решении профессиональных задач. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Микроэкономика 2. Макроэкономика 		
Б1.0.14	<p>Экономика организации</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний, умений и практических навыков в области экономических процессов для использования в профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль Цифровой маркетинг <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предприятие в системе рыночных отношений 2. Основные фонды организации 3.оборотные фонды организации 4. Трудовые ресурсы организации 5. Расходы предприятия. Доходы предприятия и ценообразование 6. Финансовые результаты деятельности предприятия 7. Инвестиции и инвестиционная деятельность предприятия 	ОПК-1; ОПК-4	5 з.е. 180 часов
Б1.0.15	<p>Документирование управленческой деятельности</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение теоретических и практических основ создания документов управления; – грамотной и эффективной организации современного делопроизводства на предприятиях и в организациях. <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы делопроизводства организации 2. Общие правила оформления управленческих документов 3. Особенности составления и оформления основных документов управления 4. Правила оформления документов по личному составу 5. Организация документооборота 6. Основные правила организации работы с документами 	УК-4	3 з.е. 108 часов
Б1.0.16	<p>Маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование способности использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности для исследований в сфере рынка и продвижения продукции. Данный курс формирует 	ОПК-4	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>общие взгляды на целостное представление о маркетинге как сфере деятельности;</p> <p>– позволяет добиться четкого представления о маркетинге как современной концепции управления; способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль маркетинга в управлении фирмой. Основные понятия маркетинга 2. Маркетинговая среда фирмы 3. Комплексное исследование рынка 4. Стратегический маркетинг 5. Товар и товарные стратегии. Конкурентоспособность продукции 6. Методы ценообразования. Ценовая политика 7. Формирование товарной политики предприятия и рыночной стратегии 8. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Маркетинговые коммуникации 9. Организация деятельности маркетинговой службы 		
Б1.0.17	<p>Менеджмент</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– формирование основополагающих представлений об управлении социальными системами и об эволюции этих представлений;</p> <p>– изучение студентами концепций управления фирмой, основных составляющих менеджмента, в том числе: элементов организации и процесса управления, связующих процессов, функций управления, стилей руководства, обеспечения эффективности деятельности организации.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация как объект управления 2. Развитие взглядов на менеджмент 3. Основные управленческие функции 4. Групповая динамика 	ОПК-4	4 з.е. 144 часа
Б1.0.18	<p>Методы принятия управленческих решений</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– сформировать у будущего бакалавра-экономиста готовность к профессиональной деятельности, умение использовать эффективные приемы и методы разработки, принятия и оптимизации управленческих решений в условиях конкурентной среды</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концептуальные основы теории принятия управленческих решений 2. Методологические основы разработки управленческих решений 3. Типовые методы принятия управленческих решений 	ОПК-4	4 з.е. 144 часа
Б1.0.19	Математика	ОПК-2	6 з.е.

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>Цели и задачи изучения дисциплины</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение студентами фундаментальных математических знаний и прочных практических навыков по использованию методов математического анализа для исследования математических моделей тех или иных процессов и явлений, в том числе и экономических, для получения аналитических и численных решений поставленных задач. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Элементы линейной, векторной алгебры и аналитической геометрии 2. Математический анализ 3. Теория вероятностей 4. Математическая статистика 		216 часов
Б1.0.20	<p>Информатика</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение обучаемыми знаний о процессах сбора, передачи, обработки и накопления информации, технологических и программных средствах реализации информационных процессов; – в приобретении практических навыков использования современных информационно-коммуникационных технологий при решении задач профессиональной деятельности; – в повышении исходного уровня владения информационными технологиями, достигнутого на предыдущей ступени образования, и в овладении студентами необходимым и достаточным уровнем компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.01 Экономика <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет и задачи дисциплины. Обзор современных средств реализации информационных процессов 2. Программные средства реализации информационных процессов 3. Модели решения функциональных и вычислительных задач с использованием прикладных программных средств 4. Компьютерные сети. Локальные и глобальные сети 5. Основы обеспечения информационной безопасности 	ОПК-6	4 з.е. 144 часа
Б1.0.21	<p>Статистика</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение методов сбора статистической информации для нахождения статистических закономерностей экономического развития общества на микро и макроуровне; – выработка способности находить и использовать информацию отечественных и зарубежных источников о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, на 	ОПК-2	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>основании которых иметь возможность принимать-управленческие решения в профессиональной деятельности;</p> <p>– формирование компетенций, необходимых при решении профессиональных задач с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <p>1. Теория статистических исследований</p> <p>2. Аналитическая статистика</p>		
Б1.0.22	<p>Бизнес-планирование</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков по бизнес-планированию, представление о процессе планирования деятельности организации, получение необходимых навыков для решения экономических задач и самостоятельного составления бизнес-плана. Бакалавр должен быть способен разрабатывать перспективный финансовый план, а также оценивать эффективность инвестиционных затрат.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <p>1. Теоретические основы планирования на предприятии</p> <p>2. Разработка бизнес-плана</p> <p>3. Оценка экономической эффективности и рисков проектов</p>	ОПК-4	4 з.е. 144 часа
Б1.0.23	<p>Информационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины</p> <p>– обучить студентов основным понятиям в области цифрового маркетинга и технологиям реализации механизмов ведения бизнеса в Интернет-среде. В процессе изучения данной дисциплины у студентов должны быть сформированы теоретические знания и практические навыки по вопросам организации и осуществления цифрового маркетинга</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <p>1. Основные аспекты экономической информатики</p> <p>2. Технологии обработки данных</p> <p>3. Методы и технологии исследования экономических процессов</p> <p>4. Справочно-правовые системы</p>	ОПК-5; ОПК-6	3 з.е. 108 часов
Б1.0.24	<p>История экономики.</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины</p> <p>– усвоение концептуальных, теоретических и методических положений ключевых экономических учений в мировой истории, их методологической основы как важного элемента системного восприятия формирования и развития общекультурных и профессиональных компетенций по видам профессиональной деятельности в</p>	ОПК-1	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>области экономики, охватывающей процессы идентификации, оценки и управления финансовыми, производственными, логистическими, маркетинговыми, техническими рисками в промышленности, банках, коммерции, страховых и инвестиционных компаниях, в федеральных, муниципальных и образовательных учреждениях, в информационной, проектно-экономической и научно-исследовательской сферах для обеспечения эффективного и устойчивого функционирования организаций, повышения их конкурентоспособности и кредитоспособности</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доиндустриальная экономика 2. Индустриальная экономика: промышленный капитализм 3. Индустриальная экономика: регулируемый капитализм и государственный социализм 4. Постиндустриальное общество 		
Б1.0.25	<p>Налоги и налогообложение</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование комплексных и систематизированных знаний теоретических основ налогообложения, а также привитие практических умений и навыков для решения профессиональных задач в области исчисления и уплаты налогов, действующих на территории Российской Федерации. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы налогообложения 2. Основные виды налогов, методика их расчета 	ОПК-3	4 з.е. 144 часа
Б1.0.26	<p>Финансы</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Формирование общекультурных и профессиональных компетенций для финансовой и коммерческой деятельности выпускника. В результате изучения дисциплины, студент должен освоить методы работы в финансовой и экономической сферах деятельности, знать и понимать сущность основных финансовых и денежно-кредитных категорий и показателей, видеть их взаимосвязь и взаимообусловленность. – В будущей деятельности выпускнику необходимо уметь предвидеть результаты принимаемых решений в области финансов <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы финансов 2. Финансовая политика и финансовый контроль 3. Централизованные финансы 4. Децентрализованные финансы 5. Международные финансы 	ОПК-3	4 з.е. 144 часа
Б1.0.27	<p>Корпоративные финансы</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p>	ОПК-4	3 з.е. 108

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>– формирование комплексных и систематизированных знаний, а также привитие практических умений и навыков для решения профессиональных задач в области эффективного корпоративного управления финансами</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия корпоративных финансов. Управление капиталом корпорации 2. Финансовая политика корпорации и ее направления. 		<p>часов</p>
Б1.0.28	<p>Бухгалтерский учет</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– получение студентами знаний, позволяющих ориентироваться в основах бухгалтерского учета, формирование компетенций: способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Техник бухгалтерского учета 2. Организация бухгалтерского учета объектов бухгалтерского учета 3. Бухгалтерская отчетность 4. 1С бухгалтерия 	ОПК-2	<p>4 з.е. 144 часа</p>
Б1.0.29	<p>Деньги, кредит, банки</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– формирование у будущих специалистов современных фундаментальных знаний в области теории денег, кредита, банков, раскрытии исторических и дискуссионных теоретических аспектов их сущности, функций, законов, роли в современной рыночной экономике.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Деньги, денежное обращение, денежная эмиссия 2. Кредит 3. Банки 	ОПК-1; ОПК-3	<p>4 з.е. 144 часа</p>
Б1.0.30	<p>Методы обработки экономической информации</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– получение студентами знаний, позволяющих ориентироваться в теоретических основах методов обработки экономической информации, позволяющих 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>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая информация, структура, 2. Способы обработки экономической информации 3. Инструменты поиска и обработки экономической информации 	ОПК-2; ОПК-5	<p>3 з.е. 108 часов</p>

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	4. Методы и способы сбора экономической информации 5. Статистическая обработка экономической информации 6. Оптимизационные задачи в экономике 7. Имитационное моделирование в экономических задачах		
Б1.0.31	<p>Бизнес в глобальном контексте</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомление с фундаментальной экономической наукой, лежащей в основе развития мировой экономики; – изучение субъектов мирового хозяйства и механизма их взаимодействия в условиях глобализации, мировых рынков факторов производства, торговых, валютно-финансовых и кредитных отношений; – поиск места России в международном разделении труда <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Глобальная экономика как объект исследования. Современные формы международного бизнеса и механизмы его осуществления 2. Глобализация: сущность и особенности. Инфраструктура международного бизнеса 3. Особенности организации международного бизнеса во внешней торговле 4. Виды бизнеса в глобальной экономике 5. Интегрированные корпоративные структуры в международном бизнесе. Классификация 6. Функции и конкурентные преимущества ТНК в глобальной экономике. 7. Инструментарий бизнеса в глобальной экономике 8. Международная торговля и внешнеторговая политика 9. Платежный баланс как отражение мирохозяйственных связей 	ОПК-1; ОПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1.0.32	<p>Государственное регулирование экономики</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение теории и практики государственного регулирования экономики в рыночной системе с учетом как зарубежного, так и отечественного опыта – изучение логики развития, механизмов и возможностей государственного экономического регулирования, включая отражение в нем разных методологических подходов и трактовок роли государства в рыночной экономике <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объективная необходимость и теоретические основы государственного регулирования 2. Органы государственного регулирования экономики 	УК-10	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	3. Правовые и административные методы государственного регулирования экономики 4. Прогнозирование социально-экономического развития в системе государственного регулирования 5. Программирование в системе государственного регулирования экономики 6. Макроэкономическое планирование в системе государственного регулирования экономики 7. Финансово-кредитное регулирование экономики 8. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности 9. Государственное регулирование структурных сдвигов и инвестиционной деятельности 10. Предпринимательство как объект государственного регулирования 11. Государственное регулирование развития науки и техники 12. Государственное регулирование развития основных сфер хозяйственной деятельности 13. Государственное регулирование труда и развития социальной сферы 14. Государственное регулирование развитие регионов 15. Государственное регулирование природоохранной деятельности		
Б1.0.33	<p>Корпоративная социальная ответственность Цели и задачи изучения дисциплины: – формирование готовности к критическому осмыслению, обобщению и анализу явлений политической, экономической и социальной жизни, в том числе, в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> 1. Формирование готовности к критическому осмыслению, обобщению и анализу явлений политической, экономической и социальной жизни 2. Стандарты и инициативы в сфере корпоративной социальной ответственности 3. Интеграция социальной ответственности в управление организацией	УК-1	3 з.е. 108 часов
Б1.0.34	<p>Управление человеческими ресурсами Цели и задачи изучения дисциплины: – приобретение компетенций в области практического применения эффективных методов, приемов и технологий управления человеческими ресурсами.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> 1. Персонал как подсистема в системе управления организации 2. Теория управления и роль человека в организации 3. Технология управления персоналом организации 4. Профорientация и трудовая адаптация персонала 5. Основы организации труда персонала	УК-3; ОПК-4	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	6. Управление социальным развитием персонала 7. Оценка результатов деятельности персонала организации 8. Управление поведением персонала организации 9. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности		
Б1.0.35	Экономика: избранные главы Цели и задачи изучения дисциплины: обеспечить углубленный уровень подготовки в области микроэкономики, макроэкономики, институциональной экономики сформировать углубленный уровень экономической грамотности, необходимый для полного понимания экономических явлений в современном российском обществе выработать практически навыки принятия экономических решений приобрести навыки использования теоретических положений экономической теории при решении конкретных прикладных задач в области управления экономическими объектами Основные разделы дисциплины 1. Микроэкономика 2. Макроэкономика 3. Институциональная экономика	ОПК-1; ОПК-3	2 з.е. 72 часа
Б1.0.36	Международный маркетинг Цели и задачи изучения дисциплины: – формирование у студентов представления о структуре международного маркетинга; – о зарубежном опыте использования передовых технологий маркетинга Основные разделы дисциплины 1. Правовая основа и принципы международного маркетинга 2. Западные тенденции и инновационные подходы в маркетинге 3. Правовая основа и практическое осуществление международного маркетинга	УК-5	3 з.е. 108 часов
Б1.0.37	Маркетинговые коммуникации Цели и задачи изучения дисциплины: – формирование знаний, умений применения методов маркетинговых коммуникаций в практической деятельности. – формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России». Основные разделы дисциплины 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире 2. Исследования в маркетинговых коммуникациях 3. Имидж и репутация как инструменты	УК-4	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	интегрированных маркетинговых коммуникаций 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций 5. Интегрированные 6. маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке 7. Личные продажи и прямой маркетинг 8. Выставочно-ярмочные коммуникации 9. Развивающиеся коммуникационные технологии		
Б1.0.38	Информационные системы маркетинга Цели и задачи изучения дисциплины: – освоение обучающимися профессиональных знаний и практических навыков использования современных информационных систем маркетинга Основные разделы дисциплины 1. Информационные системы маркетинга 2. Процессный подход к управлению предприятием 3. Описание и анализ бизнес-процессов 4. Подходы к улучшению бизнес-процессов 5. BPMS (Business Process Management Systems) 6. Сервисно-ориентированная архитектура (SOA) 7. Сбалансированная система показателей (BSC)	ОПК-5	3 з.е. 108 часов
Б1.0.39	Основы цифрового маркетинга Цели и задачи изучения дисциплины: – освоение обучающимися профессиональных знаний и практических навыков использования современных основ цифрового маркетинга Основные разделы дисциплины 1. Теоретические основы цифрового маркетинга. 2. Развитие цифрового маркетинга. 3. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.	ОПК-5	2 з.е. 72 часа
Б1.0.40	Оценка и управление недвижимостью Цели и задачи изучения дисциплины: – приобретение профессиональных компетенций, необходимых для выполнения вида профессиональной деятельности (ВПД) Агент по продаже недвижимостью Основные разделы дисциплины 1. Нормативно-правовое регулирование в сфере недвижимости 2. Методы оценки стоимости объектов недвижимости 3. Управление продажами объектов недвижимости 4. Основные функции и порядок взаимодействия государственных и коммерческих организации в сфере недвижимости 5. Рынок недвижимости региона 6. Финансовое сопровождение сделок с недвижимостью	ОПК-4	3 з.е. 108 часов
Б1.0.41	Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга Цели и задачи изучения дисциплины:	ОПК-5	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>– формирование у обучающихся компетенций в области цифрового маркетинга в условиях цифровой трансформации клиентского опыта и цифровой трансформации бизнеса;</p> <p>– подготовка специалистов, соответствующих потребностям рынка труда, владеющих современными технологиями и инструментами цифрового маркетинга, умениями и навыками их использования в условиях цифровой экономики, обладающих компетенциями в сфере управления маркетинговыми бизнес-процессами и коммерческими проектами компании с использованием возможностей электронной среды, а также управления электронным бизнесом</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. VUCA-мир. Цифровая трансформация бизнеса. Интеграция цифровых (digital) технологий в маркетинг 2. Поведение потребителей: цифровая трансформация потребительского опыта 3. Построение Карты пути клиента (Customer Journey Mapping) в практике российских компаний 4. Маркетинговые исследования и маркетинговая аналитика с использованием цифровых инструментов 5. Инструменты интернет-маркетинга: контекстная реклама, SEO, email маркетинг 6. Контент-маркетинг. Интегрированные онлайн-коммуникации 7. Продвижение в социальных сетях (SMM). Мобильный маркетинг 8. Ключевые цифровые технологии индустрии 4:0 и их использование в маркетинге 9. Разработка digital-стратегии компании 10. Технологии онлайн-продаж. Электронная коммерция 		
Б1.0.42	<p>Цифровое управление экономическими процессами</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– в получении обучающимися знаний о предмете и принципах цифрового управления экономическими процессами</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Условия возникновения и сущность цифровой экономики 2. Изменение подходов к государственному управлению в цифровую эпоху 3. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» 4. Цифровые технологии и право 5. Нормативное регулирование цифровой среды 6. Информационная инфраструктура и безопасность 7. Кадры для цифровой экономики 	ОПК-5	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	9. Цифровое государственное управление 10. Организация управления в сфере развития 11. цифровой экономики 12. Управление развитием цифровой экономики в мире		
Б1.0.ДВ.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		
Б1.0.ДВ.01.01	Элективные курсы по физической культуре и спорту Цели и задачи изучения дисциплины: <ul style="list-style-type: none"> – формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда; – развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья; – формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно - оздоровительной деятельностью; – овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта; – овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья; – освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций; – приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями; – сдача нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО). Основные разделы дисциплины <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Общефизическая подготовка (комплекс ГТО) 3. Учебные занятия по видам спорта 4. Общефизическая подготовка (комплекс ГТО) 5. Учебные занятия по видам спорта 	УК-7	328 часов
Б1.0.ДВ.01.02	Адаптивные курсы по физической культуре и спорту Цели и задачи изучения дисциплины: <ul style="list-style-type: none"> – формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на 	УК-7	328 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>современном рынке труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья; – формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью; – овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий физическими упражнениями с учетом нозологии и показателями здоровья; – овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья; – освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций; – приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями; – получение знаний и практических навыков самоконтроля при наличии нагрузок различного характера, правил усвоения личной гигиены, рационального режима труда и отдыха; – максимально возможное развитие жизнеспособности студента, имеющего устойчивые отклонения в состоянии здоровья, за счет обеспечения оптимального режима функционирования отпущенных природой и имеющихся в наличии его двигательных возможностей и духовных сил, их гармонизации для максимальной самореализации в качестве социально и индивидуально значимого субъекта. В программу входят практические разделы дисциплины, комплексы физических упражнений, виды двигательной активности, методические занятия, учитывающие особенности студентов с ограниченными возможностями здоровья. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Общефизическая подготовка и лечебная физическая культура 3. Учебные занятия по видам спорта 4. Общефизическая подготовка и лечебная физическая культура 5. Учебные занятия по видам спорта 		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б1. В.01	Стратегическое управление портфелем	ПК-1	3 з.е.

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>проектов и программ</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоение практических навыков и знаний, основанных на стандартных процессах управления портфелем проектов и программ – освоение практических навыков и знаний, позволяющих осуществлять эффективное стратегическое управление портфелем проектов и программ в соответствии с международными требованиями к данному виду деятельности. – формирование комплекса теоретических знаний и практических навыков по использованию инструментария стратегического управления в инновационно-активных компаниях, в том числе при планировании НИОКР, ориентированных на создание конкурентного преимущества <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проект как объект управления. Категоризация проектов 2. Инструменты портфельного управления 3. Расстановка приоритетов в портфеле проектов 4. Процесс управления портфелем. Планирование 5. Формирование и пересмотр структуры портфеля 6. Мониторинг и расбалансировка портфеля 7. Результативность портфеля. Показатели для сравнения портфеля и портфельных стратегий 8. Управление портфелем стратегических инициатив 		108 часов
Б1. В.02	<p>Директ-маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование основных практических навыков использования директ-маркетинга в коммуникационной политике предприятия – способствовать формированию компетенций, позволяющих принимать эффективные управленческие решения в области управления маркетингом на предприятии. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность директ – маркетинга 2. Формирование и использование баз данных. Управление маркетинговыми мероприятиями 3. Разработка и планирование директ – маркетинговой компании 4. Формирование предложения и стимулирование отклика 5. Основные каналы директ- маркетинга 6. Технология работы с негативными откликами на директ- маркетинг 7. Организация работы колл–центров. 8. Расчет эффективности директ-маркетинга 9. Управление отношениями с клиентами 	ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.03	<p>Бенчмаркинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов теоретических знаний в 	ПК-1; ПК-2	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>области организации и проведения бенчмаркинга умение применять полученные знания на практике стремление к поиску новых инструментов достижения делового совершенства предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> – усвоение методики сравнительного анализа бенчтехнологий; – обретение студентами навыков управления конкурентоспособностью. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы бенчмаркинга 2. Виды бенчмаркинга 3. Маркетинговые исследования и конкурентный анализ 		
Б1. В.04	<p>Мерчандайзинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение студентами теоретических и методических основ мерчандайзинга и приобретение практических навыков организации торгового пространства с целью стимулирования розничных продаж. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие, сущность и значение мерчандайзинга 2. Поведенческие особенности потребителей 3. Мерчандайзинг в розничной торговле 4. Инструменты мерчандайзинга 5. Мерчандайзинг товарных групп 6. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице 7. Организация мерчандайзинга в компании 8. Составление мерчандайзинг-бук 	ПК-1	3 з.е. 108 часов
Б1. В.05	<p>Правовое регулирование маркетинговой деятельности</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание сущности современного маркетинга как объекта правового регулирования, маркетингового законодательства, проблемы государственного регулирования в маркетинге <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общие положения взаимодействия права и маркетинга 2. Правовое положение потребителя 3. Правовое регулирование конкурентной среды 4. Правовое регулирование получения и исследования информации 5. Правовое обеспечение товарной политики 6. Правовое регулирование ценообразования в маркетинге 7. Правовое обеспечение функционирования каналов распределения. 8. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга. 9. Правовое обеспечение маркетинга в различных 	ПК-2	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	сферах деятельности		
Б1. В.06	<p>Таргетированная реклама</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание таргетинга как механизма рекламной коммуникации в социальных медиа. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности современных медиа как рекламной площадки 2. Реклама в социальных медиа 3. Виды, форматы, места размещения интернет-рекламы 4. Таргетированная реклама 5. Настройки таргетированной рекламы ВКонтакте, MyTarget 6. Настройки таргетированной рекламы Facebook, Instagram 	ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.07	<p>Интернет-маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет-технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга – приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга. 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга 3. E-mail маркетинг 4. Создание и оптимизация сайта 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа 6. Управление проектами в интернет-маркетинге 7. Интернет-реклама 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний 	ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.08	<p>Методы принятия решений в информационном маркетинге</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение современных методов проведения задачи принятия решений в информационном маркетинге <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационные технологии маркетингового управления и контроля 2. Методы маркетингового анализа и планирования 	ПК-2; ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.09	<p>Продвижение бренда в социальных сетях</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование навыков использования технологии продвижения в интернете при разработке и осуществлении рекламных и PR-проектов. – формирование у студентов базовых теоретических 	ПК-2; ПК-3	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, планирования и продвижения бренда компании посредством социальных сетей Интернет</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основы Social Media Marketing. Преимущества социальных сетей 2. Интернет-продвижение: понятие и место в комплексе маркетинга 3. Digital- маркетинг 4. Каналы продвижения бренда в Интернет-пространстве. Способы продвижения и критерии оценки эффективности. 5. Привлечение аудитории бренда в интернет-пространство 6. Инструменты расширения интернет-аудитории 7. Мобильные инновации в продвижении бренда 8. Мобильные инновации в продвижении бренда 		
Б1. В.10	<p>Управление ценообразованием в маркетинге</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение представления основных принципов разработки и реализации ценовой стратегии, основных факторов, влияющих на цены, порядка и принципов установления оптимальных цен на предприятиях, методов анализа и прогноза цен; – правильная методика установления цены, разумная ценовая политика, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия в жестких условиях рыночных отношений. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ценообразование и характеристики рынка 2. Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса 3. Методы сбора информации об изменении спроса при изменении цен 4. Система цен в экономике 5. Методы государственного регулирования цен 6. Методы затратного ценообразования 7. Методы рыночного ценообразования 8. Стратегия цен и ценообразования 9. Учет риска при принятии ценовых решений 	ПК-1	3 з.е. 108 часов
Б1. В.11	<p>Маркетинг в социально-медийном пространстве</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование общих представлений о принципах маркетингового функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, маркетинговых особенностях различных сегментов рынка СМИ, основных видах медиапредприятий – научить понимать специфические и общие 	УК-4	2 з.е. 72 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии и умений использования этих знаний в исследовательской и практической профессиональной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение знаний о механизмах функционирования современных медиасистем, коммерциализации интеллектуальных усилий и регуляторах масс-медийной сферы – формирование комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед медиапредприятием в конкурентной среде <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современные медиасистемы и медиарынок. Специфика рынка СМИ. 2. Структура рынка СМИ 3. Информация как основной товар СМИ. Медиапродукт 4. Особенности российского рынка СМИ 5. Маркетинговые стратегии в медиаиндустрии. Методы маркетингового анализа. Комплекс маркетинга в медиаиндустрии. 6. Маркетинговые исследования в медиаиндустрии. Исследование и анализ аудитории. 7. Интегрированные маркетинговые коммуникации в медиаиндустрии 8. Медиапредприятие: управление, финансирование, составление маркетингового плана 		
Б1. В.12	<p>Big data анализ в маркетинге</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знание базовых понятий технологии Big Data, базовых понятий прогнозирования и основных технологий прогнозирования. – умение определять массивы больших данных, анализировать кластеры больших данных, – владение современными технологиями создания и обслуживания больших данных, методологией и методикой прогнозирования <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепция «больших данных» 2. Неструктурированная информация 3. Аппаратное и программное обеспечение «Больших данных» 4. Масштабирование и многоуровневое хранение «Больших данных» 5. Практическое применение «Больших данных» 6. Big data в маркетинге: варианты применения 	ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.13	<p>Некоммерческий маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов понимания сущности концепции некоммерческого маркетинга и навыков в применении маркетинговых инструментов, нацеленных на максимизацию результативности деятельности некоммерческих субъектов 	УК-2	2 з.е. 72 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>– изучение особенностей проведения кампаний по привлечению ресурсов, построения кампаний по продвижению социальных проектов, инструментов фандрайзинга и социального инвестирования, обучение групповой проектной работе.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность концепции некоммерческого маркетинга 2. Организационно-правовые формы некоммерческих организаций 3. Ресурсообеспечение некоммерческих организаций 4. Маркетинговая среда некоммерческих субъектов и информационное обеспечение их маркетинговой деятельности 5. Стратегии и тактика некоммерческого маркетинга. Принятие решений 6. Комплекс некоммерческого маркетинга 7. Оценка целевых обслуживаемых рынков и их особенностей 8. Сущность территориального маркетинга 9. Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций 		
Б1. В.14	<p>Антикризисные стратегии маркетинга</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – стратегическое предвидение влияния внешней и внутренней среды; – комплекс маркетинга, обеспечивающий устранение неблагоприятных рыночных ситуаций; – формы и методы реализации антикризисных процедур; – государственное регулирование несостоятельных предприятий в России. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность и эволюция маркетинга 2. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов 3. Стратегические корпоративные и маркетинговые решения 4. Поведение потребителей 5. Целевые рынки. Сегментация и позиционирование 6. Маркетинговые решения по товару 7. Маркетинговые решения по цене 8. Маркетинговые решения по распределению 9. Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям. 10. Организация маркетинга 11. Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение. 12. Маркетинговое планирование 13. Экономическая оценка маркетинга 14. Маркетинг услуг, Маркетинг некоммерческих субъектов 	ПК-1	3 з.е. 108 часов
Б1. В.15	<p>Маркетинг в рекламе</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать у студентов систематизированные 	ПК-3	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>знания о теоретических и прикладных аспектах маркетинговых коммуникаций, построенных на основе исследований и с учетом визуального восприятия.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы маркетинга в рекламе 2. Виды маркетинга в рекламе 3. Маркетинговые исследования и конкурентный анализ рекламы 		
Б1. В.16	<p>Исследование рынка</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение основными понятиями, правилами и законами функционирования рынка труда, методами практической деятельности в области использования трудовых ресурсов в общественном производстве, навыками формирования и использования трудовых ресурсов, анализа их количественных и качественных характеристик. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок труда: основные компоненты 2. Теоретические подходы к анализу рынка труда 	ПК-1	3 з.е. 108 часов
Б1. В.17	<p>Маркетинг товаров и услуг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать комплексы маркетинга для организации; – оценивать косвенное и прямое воздействие маркетинговой среды на деятельность организации; – строить многоугольник конкурентоспособности и карту позиционирования; – проводить маркетинговые исследования; – сегментировать рынки сбыта; – разрабатывать конкурентные стратегии; – разрабатывать и тестировать новый товар, марку и упаковку; – разрабатывать рекламные сообщения; – моделировать потребительское поведение; – оценивать покупательское поведение. <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методологические основы 2. Исследование товарного рынка 3. Маркетинг услуг 	ПК-1	3 з.е. 108 часов
Б1. В.18	<p>Управление маркетингом проекта</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование профессионального представления о деятельности хозяйствующих субъектов в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование практических навыков разработки и маркетинга проектов <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами 2. Элементы комплекса и особенности маркетинга 	ПК-2	4 з.е. 144 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>проектов</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Техника сегментирования рынков, выбор целевого сегмента. Техника позиционирования проектов 4. Критерии эффективности проектов. Оценка параметров конкурентоспособности. 5. Бизнес-план маркетинга проектов 6. Организация осуществления проекта. 7. Продвижение продукции на рынок 8. Расчет емкости рынка. Прогнозирование объемов сбыта 9. Оценка эффективности продвижения на отдельных этапах проектной деятельности 10. Интегрированные маркетинговые коммуникации в проектной деятельности 		
Б1. В.19	<p>Информационные технологии в финансах Цели и задачи изучения дисциплины: – формировании у студентов современных компетенций и практических навыков в области использования специализированных программных средств поддержки принятия финансово-инвестиционных решений в компании, освоения инструментария анализа эффективности и целесообразности таких решений, самостоятельной разработки моделей финансового управления компанией с применением компьютерных технологий автоматизации обработки и анализа экономических данных.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационные системы. Автоматизированные информационные технологии 2. Информационные системы и технологии бухгалтерского учета 3. Применение информационных систем и технологий в финансово-кредитной деятельности 4. Банковские информационные системы и технологии 	ПК-3	3 з.е. 108 часов
Б1. В.20	<p>Маркетинговые исследования в экономике и управлении Цели и задачи изучения дисциплины: – получение обучающимися навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в маркетинговые исследования в экономике и управлении. Содержание и направления маркетинговых исследований в экономике и управлении 2. Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований в экономике и управлении 	ПК-1	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	3. Процесс маркетинговых исследований в экономике и управлении 4. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях в экономике и управлении		
Б1. В.21	<p>Имидж территорий Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование современного экономического мышления, четкого представления о роли и особенностях территориального маркетинга в системе рыночной экономики, изучение особенностей имиджа территорий и его составляющих; – развитие видения сложного территориально-хозяйственного объекта управления как предмета продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками; – обеспечить необходимыми знаниями о маркетинге территорий, его специфике, тенденциях и перспективах развития, обучить конкретным инструментам управления спросом на территорию для различных целевых аудиторий, сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере государственного и муниципального управления <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории 2. Территориальный маркетинг: виды, инструменты и механизмы территориального маркетинга. 3. Маркетинговые стратегии и управление имиджем территории. 4. Маркетинг страны, региона, города 5. Внедрение территориального маркетинга, опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления. 6. Сегментирование рынка и позиционирование территории 7. Брендинг территорий 8. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга 9. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории 10. Инвестиционный маркетинг территории в условиях интеграционных процессов. 	ПК-2	3 з.е. 108 часов
Б1. В.22	<p>Территориальный маркетинг Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование современного экономического мышления, четкого представления о роли и особенностях территориального маркетинга в системе рыночной экономики – изучение особенностей имиджа территорий и его составляющих; 	ПК-2	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>– развитие видения сложного территориально-хозяйственного объекта управления как предмета продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками;</p> <p>– обеспечить необходимыми знаниями о маркетинге территорий, его специфике, тенденциях и перспективах развития, обучить конкретным инструментам управления спросом на территорию для различных целевых аудиторий, сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере государственного и муниципального управления</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории 2. Территориальный маркетинг: виды, инструменты и механизмы территориального маркетинга. 3. Маркетинговые стратегии и управление имиджем территории 4. Маркетинг страны, региона, города 5. Внедрение территориального маркетинга, опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления. 6. Сегментирование рынка и позиционирование территории 7. Брендинг территорий 8. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга 9. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории 10. Инвестиционный маркетинг территории в условиях интеграционных процессов. 		
Б1. В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1. В.ДВ.1	ПК-1; ПК-2	
Б1. В.ДВ.01.01	<p>Туристический маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– сформировать у обучающихся компетенции по основным понятиям и видам маркетинга, принципам и механизмам функционирования маркетинговых систем в туристских организациях</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности маркетинга в туристской индустрии 2. Маркетинговые стратегии туризма 	ПК-1; ПК-2	2 з.е. 72 часа
Б1. В.ДВ.01.02	<p>Банковский маркетинг</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>– дать знания теории и практики маркетинга применительно к деятельности банка и навыки реализации важнейших функций банковского маркетинга как составной части менеджмента банка.</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические аспекты банковского маркетинга 2. Методика маркетинговых исследований в сфере 	ПК-1; ПК-2	2 з.е. 72 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	банковских услуг		
Б1. В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1. В.ДВ.2	УК-2	
Б1. В.ДВ.02.01	<p>Государственное и муниципальное управление</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов представления о государственном и муниципальном управлении как формах публичного управления; – получение студентами знаний об объектах, субъектах и методах государственного и муниципального управления; – формирование способностей к участию в организации управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и религиозных организациях, коммерческих организациях, СМИ; – овладение навыками администрирования управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и религиозных организациях, коммерческих организациях, СМИ; – освоение принципов и механизмов стратегического управления внедрением информационных технологий в систему государственного управления; – использование аналитического инструментария для оценки возможностей по совершенствованию существующих государственных информационных ресурсов и систем, а также внедрению новых информационных технологий в деятельность государственных органов власти и органов МСУ; – формирование у обучаемых современных знаний в области целей, задач и технологий электронного правительства <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретико-методологические основы государственного и муниципального управления 2. Public administration как современный этап развития системы государственного управления 3. Основы публично-административного управления 4. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении 5. Экономические и социальные основы государственного управления 6. Региональная политика в системе государственного управления 	УК-2	2 з.е. 72 часа
Б1. В.ДВ.02.02	<p>Система государственного управления</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение студентами знаний об объектах, субъектах и методах государственного управления; об особенностях функционирования различных ветвей власти в государстве; 	УК-2	2 з.е. 72 часа

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов знаний о центральных, региональных органах государственного управления, их иерархии, проблемах взаимоотношений; – формирование навыков анализа государственного управления и самоуправления в обществе, влияния информационно-коммуникативных и прочих ресурсных факторов на взаимодействие государства и общества; – формирование понимания специфики развития правовых и политических отношений, государственных и гражданских институтов современного общества – умение разрабатывать и реализовывать эффективные технологии внешней и внутренней коммуникации органов государственной власти, общественных, профессиональных, творческих и коммерческих организаций <p>Основные разделы дисциплины</p> <p>1. Современные</p>		
БЛОК 2. ПРАКТИКА			
Обязательная часть			
Б2.О.01(У)	<p>Учебная - ознакомительная практика</p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у обучающихся необходимого первичного уровня мотивированной компетенции для закрепления знаний, умений и навыков, полученных при изучении дисциплин (модулей) учебного плана, подготовка обучающегося к выполнению ключевых видов профессиональной деятельности. <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовительный этап 2. Основной этап 3. Заключительный этап 	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-10	3 з.е. 108 часов
Б2.О.02(У)	<p>Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности в области экономики и, соответственно, обеспечение непрерывности и последовательности приобретения обучающимися компетенций в области профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника. <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовительный этап 2. Основной этап 	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5	3 з.е. 108 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	3. Заключительный этап		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б2.В.01(П)	<p>Производственная- технологическая (проектно-технологическая) практика</p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закрепление и углубление общей теоретической подготовки обучающихся; – формирование части универсальных и профессиональных компетенций. – формирования и развития у обучающихся, устойчивого интереса к профессиональной управленческой деятельности, потребности в самообразовании <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовительный этап 2. Экспериментальный этап 3. Заключительный этап 	ПК-1; ПК-2; ПК-3	6 з.е. 216 часов
Б2.В.02(П)	<p>Производственная – преддипломная практика</p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закрепление теоретических знаний студентов по специальным дисциплинам; – применение опыта и закрепление навыков, полученных выпускниками на предыдущих практиках; – приобретение навыков самостоятельного исследования актуальной научной проблемы или решения реальной экономической задачи в рамках темы дипломной работы; – сбор, анализ, систематизация и обобщение материалов по теме, определённой заданием кафедры; – проверка профессиональной готовности выпускников вуза к самостоятельной трудовой деятельности; – адаптация к рынку труда по профилю подготовки; – корректировка и шлифовка деловых качеств, необходимых для последующего выполнения должностных обязанностей. <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установочная конференция 2. Подготовительный этап 3. Сбор информации 4. Обработка и анализ полученной информации 5. Заключительный этап 	ПК-1; ПК-2; ПК-3	3 з.е. 108 часов
ФТД. ФАКУЛЬТАТИВЫ			
ФТД.01	<p>Оценка эффективности управленческих решений</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у обучающихся системного 	УК-2	1 з.е. 36 часов

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>представления о процессе принятия управленческих решений как определенном виде деятельности, его роли в обеспечении эффективного функционирования организации</p> <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функции решения в методологии и организации процесса управления 2. Организация процесса разработки управленческого решения 3. Влияние внешних и внутренних факторов на реализацию управленческих решений 4. Моделирование процесса разработки и реализации решения 		
ФТД.02	<p>Адаптивные коммуникационные технологии</p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование у студентов компетенций, знаний, умений и навыков, необходимых для работы на персональном компьютере, самостоятельного изучения специальной литературы, а также формирование навыков самостоятельной работы <p>Основные разделы дисциплины</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение. Информационные технологии. Информационные технологии для людей с ограниченными возможностями здоровья 2. Адаптивные технические средства для людей с ограниченными возможностями здоровья 3. Технологии работы с информацией 4. Интернет-ресурсы для людей с ограниченными возможностями здоровья 	УК-4	1 з.е. 36 часов