

**Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей)
основной профессиональной образовательной программы высшего образования
38.04.02 Менеджмент, профиль – Управление маркетингом**

Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия и методология научных исследований»

Целью освоения дисциплины «Философия и методология научных исследований» является формирование целостного понимания развития науки как социокультурного процесса, поскольку наука неразрывно связана с другими сферами общественной жизни: экономической, политической, культурной. С одной стороны, наука всегда оказывается обусловленной этими сферами, а, с другой стороны, наука в своем развитии является важнейшим фактором социокультурных трансформаций.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1: Работает с национальными и международными базами данных с целью поиска необходимой информации об экономических явлениях и процессах	Философия и методология научных исследований – 3 з.е., очная форма – экзамен; заочная форма, контр.р., экзамен	<p><u>Знать:</u> основные подходы к определению понятия «наука» и «техника»; основные характеристики науки и техники на различных этапах развития; основные закономерности развития науки и техники; понятие «метод», «методология»; общеполитические и общенаучные методы познания;</p> <p><u>Уметь:</u> охарактеризовать роль науки и техники в жизни общества и человека; иметь представление об этапах становления науки и техники для оценки современного этапа их развития; иметь представления об основных закономерностях развития науки и техники; проводить самостоятельные исследования, используя общеполитические и общенаучные методы познания;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками анализа процессов и тенденций в области науки и техники; пониманием роли науки и техники в социокультурном развитии общества; навыками использования различных методов познания при проведении самостоятельных исследований.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы исследований в экономике и менеджменте»

Целью освоения дисциплины «Методы исследований в экономике и менеджменте» является развитие способностей обосновывать актуальность, цель, теоретическую и практическую значимость исследования; использовать современные количественные и качественные методы при самостоятельном проведении исследований; обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; представлять результаты исследований в виде отчетов, статей, докладов и публично защищать их.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотношенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1:Анализирует и понимает достижения мировой науки за последние десятилетия в выбранной области научных интересов	Методы исследований в экономике и менеджменте – 5 з.е., очная форма – КР, зачет, экзамен; заочная форма – КР, зачет, экзамен	<p><u>Знать:</u> основные общенаучные методы научных исследований и методики применения в экономической практике; актуальные проблемы и направления современных исследований в области экономики и менеджмента; понятийно-категориальный аппарат теории и методологии научных исследований; правила постановки исследовательской проблемы; правила формулировки и проверки научных гипотез; общенаучные и специальные методы научных исследований; способы выбора и обоснования методологии научного исследования.</p> <p><u>Уметь:</u> ставить цель и задачи исследования, выбирать лучший способ и методы достижения поставленной цели; диагностировать основную исследовательскую проблему; формировать проблемное поле исследования; работать с научной литературой, готовить аналитический обзор статей по теме исследования; формулировать научные гипотезы и разрабатывать программы научных исследований; осуществлять сбор и обработку эмпирической информации по теме исследования; осуществлять конструктивный критический анализ научных текстов и результатов исследований коллег; аргументировать собственные выводы, обосновывать свою точку</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>зрения и защищать результаты исследования.</p> <p><i><u>Владеть:</u></i> проведения самостоятельного научного исследования; получения в ходе исследования достоверных научных результатов; использования современных методов при проведении научных исследований; работы в научно-исследовательской группе; работы с базами данных; поиска, обработки и анализа эмпирической информации; ведения научной дискуссии; написания научных статей и отчетов по результатам проведенного исследования.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Профессиональный иностранный язык»

Целью освоения дисциплины «Профессиональный иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также создание/восстановление/развитие (в зависимости от стартового уровня владения языком) языковой базы продуктивных умений профессиональной устной и письменной речи на иностранном языке.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1: Составление и корректный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный</p>	<p>Профессиональный иностранный язык – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> основные особенности построения предложения в изучаемом иностранном языке; наиболее частотные формы глагола-сказуемого; наиболее частотный общий и профессиональный вокабуляр; правила речевого этикета для повседневного и профессионального общения на данном иностранном языке; требования к пересказу, сочинениям, презентациям, критерии их оценки.</p> <p><u>Уметь:</u> выстраивать на иностранном языке связную устную и письменную речь по пройденной тематике и повседневным вопросам; должным образом оформить презентацию на иностранном языке и предъявить ее для обсуждения в группе; принимать участие в беседе на иностранном языке в рамках наиболее распространенных общих и профессиональных ситуаций общения.</p> <p><u>Владеть:</u> умениями продуктивной устной и письменной речи на индивидуально достижимом уровне (как правило, не ниже А1+ Европейской шкалы для начинающих, А2 – для условно – начинающих и В2 – для продолжающих изучение данного иностранного языка в магистратуре); умением грамотно и адекватно ситуации задавать вопросы на иностранном языке, а также отвечать на них; умением подготовить и обсудить на иностранном языке наиболее типичные проблемы отрасли в формате профессиональной презентации.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые и научные коммуникации на иностранном языке»

Целью освоения дисциплины «Деловые и научные коммуникации на иностранном языке» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетентности для решения профессиональных задач в наиболее типичных ситуациях делового и научного общения с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.2: Ведение академической и профессиональной дискуссии. Представление результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях</p>	<p>Деловые и научные коммуникации на иностранном языке – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> основные особенности деловой и научной коммуникации на изучаемом иностранном языке в предусмотренном данной программой круге профессиональных ситуаций; социокультурные нормы делового и научного общения, а также правила речевого этикета, позволяющие выпускникам эффективно добиваться целей профессиональной и научной коммуникации.</p> <p><u>Уметь:</u> в области аудирования: воспринимать на слух нормативную речь на иностранном языке общего и профессионального содержания, а также адекватно реагировать в форме вопросов, аргументированных ответов, высказывания собственного мнения; в области чтения: понимать основное содержание аутентичных профессионально-деловых текстов с целью его дальнейшего изложения на иностранном языке своими словами, а также обобщения, систематизации и обсуждения; в области говорения: начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос и диалог-обмен мнениями, связанный с отобранным кругом ситуаций деловой и научной коммуникации, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); высказывать свое мнение, просьбу; положительно или отрицательно отвечать на предложение собеседника; делать сообщения и выступать с презентациями; в области письма: оформлять тезисы устного выступления по изученной проблематике, оформлять слайды к презентации; излагать содержание прочитанного, прослушанного, а также собственные суждения в форме связного завершённого по смыслу письменного текста.</p> <p><u>Владеть:</u> основными особенностями полного стиля произношения, необходимого для профессиональной и научной коммуникации на иностранном языке; лексическим минимумом наиболее частотных и семантически ценных единиц, позволяющим свободное общение в отобранном круге наиболее характерных ситуаций деловой и научной коммуникации в целевой профессиональной сфере; основными способами словообразования; грамматическими навыками, необходимыми для коммуникации на иностранном языке без искажения смысла в письменной и устной форме.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Информационные технологии профессиональной деятельности»

Целью освоения дисциплины «Информационные технологии профессиональной деятельности» является совершенствование знаний о принципах организации современных информационных технологий и навыков их использования на практике с помощью программно-аппаратных средств вычислительной техники.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотношенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.2:Обрабатывает информацию и получает обоснованные выводы, с использованием информационно - аналитической системы	Информационные технологии профессиональной деятельности – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет	<p><u>Знать:</u> основные информационные технологии моделирования и прогнозирования экономических процессов, подготовки и представления аналитических материалов.</p> <p><u>Уметь:</u> использовать современное программное обеспечение для решения экономико-статистических и эконометрических задач, а также использовать для представления результатов научных исследований.</p> <p><u>Владеть:</u> информационными технологиями для моделирования и прогнозирования, а также представления научных результатов и их использования в преподавательской деятельности.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

Целью освоения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» является формирование у студентов знаний, умений и практических навыков по вопросам управления человеческими ресурсами в организации.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-3: Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p> <p>ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управ-</p>	<p>УК-5.1: Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;</p> <p>УК-5.2: Выбор способов интеграции в команду работников, принадлежащих к разным культурам;</p> <p>ОПК-3.2: Принимает и обосновывает варианты решения с учетом их социальной значимости в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) динамичной среды;</p> <p>ОПК-4.2: Понимает и ис-</p>	<p>Управление человеческими ресурсами – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> роли, функции и задачи менеджера в современной организации; способы действия в нестандартных ситуациях; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций; социальные, этнические, профессиональные и культурные различия в коллективе.</p> <p><u>Уметь:</u> ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; формировать и эффективно позиционировать собственные лидерские качества; проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности.</p> <p><u>Владеть:</u> современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами формирования и поддержания этического климата в организации; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные и информационные технологии; методами руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности; аналитическими навыками и системным мышлением, необходимым при исследовании и применении подходов и инструментария в сфере управления человеческими ресурсами.</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.	пользует современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки		

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы преподавания профессиональных дисциплин»

Целью освоения дисциплины «Основы преподавания профессиональных дисциплин» является формирование у студентов общих понятий и элементов управления педагогическим процессом, навыков использования интерактивных методик для активизации мыслительной деятельности обучающихся в основных формах учебного процесса (лекции, практические работы, семинары, самостоятельная работа, контроль знаний) и подготовки методических разработок учебных занятий.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;</p> <p>ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления</p>	<p>УК-1.1: Сбор и систематизация информации по проблеме с последующей её оценкой адекватности и достоверности;</p> <p>УК-1.2: Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски. Предлагает стратегию действий;</p> <p>ОПК-1.1: Выбирает наиболее подходящую теоретическую модель для решения практической или исследовательской задачи и обосновывает свой выбор.</p>	<p>Основы преподавания профессиональных дисциплин – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> фундаментальные законы и принципы дидактики; основные методы преподавания экономических дисциплин; мировой педагогический опыт;</p> <p><u>Уметь:</u> обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями в научной и практической деятельности в сфере экономики;</p> <p><u>Владеть:</u> современными методами и методиками преподавания экономических дисциплин; навыками разработки учебных планов, программ и соответствующего методического обеспечения для преподавания экономических дисциплин в учебных заведениях; способностью к публичной и научной речи.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управленческая экономика»

Целью освоения дисциплины «Управленческая экономика» является формирование у студентов знаний об экономических процессах, протекающих в организациях, и умений применять экономические методы для выработки, обоснования и принятия управленческих решений, а также формирование у студентов профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО, а также с учетом видов и задач профессиональной деятельности выпускника.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;</p> <p>ПК-3: Способен разрабатывать стратегии в области логистической деятельности по перевозкам грузов в цепи поставок</p>	<p>УК-2.1: Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта;</p> <p>ПК-3.2: Разработка коммерческой политики по оказанию логистической услуги перевозки груза в цепи поставок</p>	<p>Управленческая экономика – 5 з.е., очная форма – КР, зачет, экзамен; заочная форма – КР, зачет, экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента; модели поведения экономических агентов и рынков; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития; основные информационные технологии управления бизнес-процессами;</p> <p><u>Уметь:</u> управлять развитием организации; выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;</p> <p><u>Владеть:</u> методологией и методикой проведения научных исследований; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы; навыками количественного</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			и качественного анализа для принятия управленческих решений; методами исследования микро- и макросреды организации; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес- процессами; активными методами преподавания управленческих дисциплин.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение»

Целью освоения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» является формирование у магистрантов понимания роли организационных и поведенческих факторов эффективного функционирования организации, содержания и психологических механизмов регуляции взаимодействия личности и организации и развитие практических навыков в области исследования поведенческих проблем управления организацией.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-3.1: Разработка целей команды, формирование ее состава, определение функциональных и ролевых критериев отбора участников;</p> <p>УК-6.1: Определение уровня самооценки и уровня притязаний как основы для выбора приоритетов собственной деятельности</p>	<p>Теория организации и организационное поведение – 3 з.е., очная форма – экзамен; заочная форма – контр.р., экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> научные основы построения современной организации; основные социально-психологические факторы организационного и группового поведения людей; организационные и социально-психологические факторы повышения эффективности управленческих решений;</p> <p><u>Уметь:</u> выбирать и осознанно применять методы диагностики социально-психологических факторов организационного поведения, анализа и оценки эффективности организационной структуры; выбирать релевантные ее целям, технологиям, размеру и внешнему окружению модель структуры организации, тип культуры.</p> <p><u>Владеть:</u> методами оргдиагностики; умением правильно выбрать тип организационной структуры и разработать рекомендации по формированию подходящего типа организационной культуры.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление маркетингом»

Целью освоения дисциплины «Управление маркетингом» является приобретение комплексных знаний и умений, а также формирование компетенций в области системного управления маркетингом субъектов предпринимательства, необходимых в профессиональной деятельности специалистов по направлению подготовки.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-3: Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;</p> <p>ПК-7: Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C.</p>	<p>УК-3.2: Принятие исполнительских решений в условиях спектра мнений, определение порядка выполнения заданий;</p> <p>ПК-7.4: Демонстрирует навыки управления маркетингом на стратегическом и функциональном уровнях.</p>	<p>Управление маркетингом – 3 з.е., очная форма – экзамен; заочная форма – контр.р., экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> категориальный аппарат и технологии анализа рынка и разработки маркетинговых функциональных стратегий; особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; теоретические и методологические основы организации маркетинговой деятельности; принципы и особенности проектирования оптимальных организационных структур управления маркетингом; особенности организационно-правового обеспечения деятельности маркетинговых служб и менеджеров по маркетингу; основы бизнес-планирования и разработки эффективных маркетинговых программ; методы оценки риска по маркетинговым проектам; особенности управления маркетинговой политикой предприятия; особенности и методы управления элементами комплекса маркетинга (товаром, ценой, распределением и продвижением); особенности управления портфелем заказов предприятия; содержание системы контроля и оценки эффективности маркетинга.</p> <p><u>Уметь:</u> внедрять систему основных принципов управления маркетингом в хозяйственную деятель-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>ность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды; использовать методы маркетингового управления для успешной реализации маркетинговых проектов; разрабатывать управленческие решения в области маркетинга на стратегическом, функциональном и операционном уровнях; применять методы планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности организации, а также выбора оптимальных стратегий их решения; разрабатывать экономическое обоснование стратегических и оперативных планов деятельности предприятия; разрабатывать элементы комплекса маркетинга для различных товаров, предназначенных для различных рыночных сегментов; использовать маркетинговые коммуникации для проникновения на рынок, привлечения потребителей и успешного позиционирования; проводить внешний и внутренний аудит маркетинговой деятельности организации; производить системную оценку эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> методами проектирования организационных структур маркетинга и оценки их эффективности; методами стратегического и тактического планирования, структурного, сравнительного, системного анализа для осуществления исследований рынка, моделирования и прогнозирования его развития; навыками экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью предприятия; навыками использования маркетинговых инструментов для</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			освоения существующих и новых сегментов рынка сбыта; методами оценки инвестиций в маркетинг на деловых и потребительских рынках и управления рентабельностью инвестиций в маркетинг; навыками достижения коммерческого успеха в результате своевременного контроля, учета и комплексной оценки маркетингового потенциала.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный стратегический анализ»

Целью освоения дисциплины «Современный стратегический анализ» является получение студентами общих навыков стратегического анализа.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;</p> <p>ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>УК-2.2: Разработка плана проекта, определение потребности в ресурсах и контроль реализации проекта с последующим публичным представлением полученных результатов;</p> <p>ПК-4.1: Использует методы мониторинга, экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Современный стратегический анализ – 3 з.е., очная форма – экзамен; заочная форма – контр.р., экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> основы стратегического анализа и планирования; ситуационного, процессного, количественного подходов к проведению стратегического анализа; основы методов принятия инвестиционных решений; основ товарного, ассортиментного планирования на предприятии; инструментарий финансовой анализа; теоретические основы и методы диагностики организационных процессов; прикладного системного анализа, технологий организационного консультирования;</p> <p><u>Уметь:</u> самостоятельно решать поставленную задачу стратегического анализа с использованием накопленных знаний; применять изученные методы стратегического анализа при решении профессиональных задач, в том числе в условиях неопределенности; анализировать, систематизировать, обобщать, оценивать, интерпретировать и представлять собранную информацию; разрабатывать политику конкурентоспособности фирмы; решать системные задачи и проблемы стратегического анализа; принимать стратегические управленческие решения, связанные с эффективным использованием человеческих, материальных и финансовых ресурсов; оценивать эффективность инвестиционных программ, проектов методами: дисконтирования денежного потока, оп-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			ционного подхода; <i><u>Владеть:</u></i> методами стратегического анализа; методами экономико-статистического анализа; навыками оценки последствий и рисков при принятии решения; российской и мировой практикой оценки проектов стратегического анализа; приемами и методиками диагностической работы в организации; опытом организационного консультирования.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление рекламной деятельностью»

Целью освоения дисциплины «Управление рекламной деятельностью» является формирование у студентов готовности к принятию управленческих решений в области рекламы, приобретению навыков исследовательской аналитической деятельности рыночной ситуации, способности создавать эффективные рекламные стратегии и работать в команде.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПК-8: Способен использовать современные технологии разработки, организации и управления мероприятиями, программами, проектами, рекламными кампаниями	ПК-8.2:Использует современные технологии разработки и управления рекламными проектами и кампаниями	Управление рекламной деятельностью – 3 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет	<p><u>Знать:</u> основные методы и технологии разработки и управления рекламными проектами и кампаниями; современные технологии прогнозирования поведения потребителей на B2B и B2C рынках; инновационные подходы при управлении рекламной деятельностью; современные технологии процесса медиапланирования для различных групп и рынков потребителей, технологии управления результативностью деятельности ЦА;</p> <p><u>Уметь:</u> грамотно проводить самостоятельные методические исследования в соответствии с особенностями ЦА и разработанной рекламной программой; проводить анализ поведения потребителей на B2B и B2C рынках, формулировать цели и определять приоритеты ЦА, использовать матрицы управления ЦА на различных рынках; применять методы сегментирования, медиапланирования и бюджетирования; разрабатывать и внедрять концепции программ, проектов, рекламных кампаний; разрабатывать и внедрять систему управления эффективностью рекламной кампании.</p> <p><u>Владеть:</u> навыками сегментирования продукта и ЦА; методикой разработки рекламных кампаний и рекламных программ; навыками управления эффективностью рекламных кампаний и рекламных программ.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративные финансы (магистерский курс)»

Целью освоения дисциплины «Корпоративные финансы (магистерский курс)» является формирование у студентов магистратуры теоретических основ и практических навыков в области организации и управления финансами корпораций (организаций), разработки экономически эффективных финансовых и инвестиционных решений.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-2: Способен осуществлять контроль результатов логистической деятельности по перевозке груза в цепи поставок;</p> <p>ПК-3: Способен разрабатывать стратегии в области логистической деятельности по перевозкам грузов в цепи поставок</p>	<p>ПК-2.2: Контролирует ключевые финансовые показатели логистической деятельности по перевозке в цепи поставок;</p> <p>ПК-3.3: Формирует систему управления рисками при оказании логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок</p>	<p>Корпоративные финансы (магистерский курс) – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; содержание и основные направления разрабатываемой и реализуемой корпорацией финансовой политики; действующие нормативные документы, и методические материалы, регулирующие организацию и управление корпоративными финансами.</p> <p><u>Уметь:</u> рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий (корпораций) различных форм собственности и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; разрабатывать в сфере бизнеса проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; оценивать стоимость и структуру капитала компании и возможные направления её оптимизации; оценивать финансовую</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>результативность операционной, финансовой и инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта, перспективы развития и возможные последствия.</p> <p><u>Владеть:</u> современными методами сбора, обработки и анализа экономических и финансовых данных; методами и приемами анализа финансового состояния экономических явлений и процессов с помощью стандартных моделей; навыками оценки возможных источников краткосрочного и долгосрочного финансирования деятельности корпорации; современными подходами к управлению капиталом организации, оперативному управлению её денежными потоками; аналитическими приемами оценки экономической целесообразности финансовых решений; навыками обоснования решений в сфере управления корпоративными финансами.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация логистического менеджмента»

Целью освоения дисциплины «Организация логистического менеджмента» является приобретение студентами знаний, практических навыков и умений в управлении логистическими системами с целью повышения эффективности их функционирования и конкурентоспособности в условиях современного рынка.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-2: Способен осуществлять контроль результатов логистической деятельности по перевозке груза в цепи поставок;</p> <p>ПК-3: Способен разрабатывать стратегии в области логистической деятельности по перевозкам грузов в цепи поставок;</p> <p>ПК-8: Способен использовать современные технологии разработки, организации и управления мероприятиями, программами, проектами, рекламными кампаниями.</p>	<p>ПК-2.1: Контролирует ключевые операционные показатели эффективности логистической деятельности по перевозке груза в цепи поставок;</p> <p>ПК-3.1: Разрабатывает стратегии развития операционного направления логистической деятельности компании и коммерческую политику в области управления перевозками грузов в цепи поставок;</p> <p>ПК-8.1: Формирует навыки владения современными технологиями разработки мероприятий, программ и проектов при организации логистического менеджмента;</p>	<p>Организация логистического менеджмента – 2 з.е. очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> особенности организации логистической деятельности; основные объекты логистического управления и контроля; современные технологии разработки мероприятий, программ и проектов при организации логистического менеджмента; методы и основные принципы управления и администрирования логистическими системами; современные методы информационного обеспечения и поддержки решений в области логистического менеджмента; методы экономического и стратегического анализа при организации логистического менеджмента предприятия; стратегическое планирование логистики; организационные структуры служб управления логистикой.</p> <p><u>Уметь:</u> использовать базовые понятия управления логистическими процессами в профессиональной деятельности; принимать решения в рамках реализации задач управления логистической деятельностью; выбирать логистическую стратегию компании; оценивать экономическую эффективность, целесообразность и обоснованность принимаемых, в рамках логистического менеджмента, решений; выбирать организационную структуру логистических служб; оценивать эффективность дея-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
	та.		<p>тельности логистических служб; самостоятельно работать с научной, методической, учебной, специальной, нормативной, законодательной и инструктивной литературой.</p> <p><i>Владеть:</i> специальной терминологией логистического менеджмента; навыками использования методов экономического и стратегического анализа при организации логистического менеджмента предприятия; навыков владения современными технологиями разработки мероприятий, программ и проектов при организации логистического менеджмента; навыками анализа и оценки эффективности инвестиций в технологии управления логистической системой.</p>

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы исследования поведения потребителей»

Целью освоения дисциплины «Методы исследования поведения потребителей» является формирование у студентов готовности к осуществлению исследовательской аналитической деятельности рыночной ситуации, овладению теоретико-методологическими основами поведения потребителей, приобретению навыков использования методов управления поведением потребителей на рынке товаров / услуг в современных условиях.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</p> <p>ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p>	<p>ПК-4.1: Использует методы мониторинга, экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</p> <p>ПК-5.2: Использует количественные и качественные методы проведения прикладных исследований изучаемого объекта и среды его функционирования, готовит аналитическое заключение с целью выявления проблем и разработки рекомендаций по совершенствованию.</p>	<p>Методы исследования поведения потребителей – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> основные методы мониторинга, сканирования и прогнозирования поведения потребителей; современные технологии прогнозирования поведения потребителей на B2B и B2C рынках; основные теоретические положения о групповых процессах в организациях, культурных, социальных особенностях группового поведения и толерантного восприятия различий; современные теории мотивации поведения и модели принятия решения потребителем, технологии управления результативностью деятельности ЦА;</p> <p><u>Уметь:</u> грамотно проводить самостоятельные методические исследования в соответствии с особенностями ЦА и разработанной программой; проводить анализ поведения потребителей на B2B и B2C рынках, формулировать цели и определять приоритеты ЦА, использовать матрицы управления ЦА на различных рынках; применять методы мониторинга, сканирования и прогнозирования поведения потребителей; применять принципы системного мышления, действовать в нестандартных ситуациях и использовать творческий потенциал; разрабатывать и внедрять систему управления потребительским поведе-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			нием на основе современных мотивационных моделей. <i>Владеть:</i> навыками исследования ЦА; методами мониторинга, сканирования и прогнозирования поведения потребителей на B2B и B2C рынках; навыками применения комплексного сегментирования; навыками применения эффективной коммуникации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии стратегического маркетинга»

Целью освоения дисциплины «Технологии стратегического маркетинга» приобретение магистрантами теоретических знаний и практических навыков разработки, принятия и реализации стратегических решений. Освоение данной дисциплины предполагает формирование у магистрантов практических навыков проведения стратегического анализа, разработки стратегии, определения и поддержания конкурентных преимуществ, развитие умения предвидеть и нейтрализовывать стратегические угрозы, эффективно использовать технологии стратегического управления в условиях нестабильной внешней среды.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотношенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-5.1: Применяет различные методы проведения исследований при реализации технологий стратегического маркетинга, разработки и внедрения корпоративных стратегий	Технологии стратегического маркетинга – 3 з.е., очная форма – КР, экзамен; заочная форма – КР, экзамен	<p><u>Знать:</u> современные стратегические направления развития деятельности; основы формирования стратегической направленности деятельности компании; особенности разработки стратегий различных уровней; основные модели и подходы к управлению стратегическими изменениями в компании; особенности, формы и этапы процесса разработки стратегии; основные принципы выбора стратегических альтернатив для обеспечения заданного уровня целесообразности и допустимого уровня рисков, связанных с разработкой и реализацией стратегического направления развития фирмы</p> <p><u>Уметь:</u> использовать необходимый инструментарий анализа и выбора стратегий; проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды; анализировать основные стратегические показатели деятельности компании; использовать матричные модели для проведения портфельного анализа деятельности много продуктовой компании; использовать необходимый инструментарий анализа и выбора стратегий;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками целеполагания и оценки коэффициентов</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			значимости целей на основе построения «дерева целей»; навыками применения экспертного, программно-целевого подхода; технологиями проведения мониторинга, сканирования, прогнозирования среды деятельности компании; умениями использовать стратегическую сегментацию для формирования сбалансированного портфеля бизнеса.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования рынка»

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования рынка» является получение системного представления о проведении маркетинговых исследований для снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Информация о структуре и содержании дисциплины представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p>	<p>ПК-5.2: Использует количественные и качественные методы проведения прикладных исследований изучаемого объекта и среды его функционирования, готовит аналитическое заключение с целью выявления проблем и разработки рекомендаций по совершенствованию.</p>	<p>Маркетинговые исследования рынка – 3 з.е., очная форма – экзамен; заочная форма – контр.р., экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> концептуальные подходы к сущности маркетинговых исследований рынка; роль маркетинговых исследований рынка в разработке и реализации стратегий; классификацию видов маркетинговых исследований и их характеристику; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования рынка; особенности маркетинговых исследований поведения потребителей и организаций; показатели эффективности маркетинговых исследований рынка.</p> <p><u>Уметь:</u> разрабатывать план проведения маркетингового исследования; формировать бюджет маркетингового исследования; систематизировать и обрабатывать эмпирическую информацию, выделять маркетинговую проблему и цель исследования; дать оценку полученным результатам исследования и применить их в обосновании управленческого решения; разрабатывать рекомендации по принятию управленческих или маркетинговых решений по результатам исследования; составлять «отчет о маркетинговом исследовании» в соответствии современными требованиями теории и практики маркетинга;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками составления плана маркетингового исследования и его проведения; технологиями проведения кабинетных и полевых маркетинговых исследований; современными технологиями сбора и обработки первичной и вторичной маркетинговой информации; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.</p>

Аннотация рабочей программы модуля по выбору 1 «Управление маркетингом современной компании»

Целью освоения модуля «Управление маркетингом современной компании» является расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков студентами при решении задач принятия экономически обоснованных стратегических и тактических маркетинговых решений, планирования и организации маркетинговой деятельности торгового предприятия в рыночных условиях на основе использования современных методик и инструментария менеджмента и маркетинга, теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выбора направлений развития фирмы путем постоянного обновления и совершенствования, разработки системы инновационных маркетинговых решений, формирование у студентов готовности к принятию управленческих решений в области ИМК, приобретению навыков исследовательской аналитической деятельности рыночной ситуации, способности создавать эффективные стратегии ИМК и работать в команде, а также формирование у студентов навыков осуществления функций управления интернет-маркетингом, направленных на успешное развитие компаний и рынков в современной цифровой экономике и грамотное осуществление интегрированных маркетинговых коммуникаций с учётом особенностей поведения онлайн потребителей.

Информация о структуре и содержании модуля представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга.	ПК-1.5: Экономически обосновывает принимаемые маркетинговые решения с учетом их экономических и социальных последствий	Экономическое обоснование маркетинговых решений – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет	<p><u>Знать:</u> сущность, виды и последствия принимаемых управленческих решений в области маркетинга; процесс принятия маркетинговых решений; методы управления корпоративными финансами; методы экономического анализа; способы экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений.</p> <p><u>Уметь:</u> использовать инструменты и методы принятия маркетинговых решений и их обоснования; собирать информацию, необходимую для проведения обоснования маркетинговых решений; использовать методы экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; оценивать возможные экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений.</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p><u>Владеть:</u> инструментами проведения экономического анализа маркетинговых проектов; навыками целеполагания, маркетинговыми технологиями для обоснования принимаемых решений в области маркетинга; методами экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; маркетинговым инструментарием в области экономического обоснования управленческих решений.</p>
<p>ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-7:Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C</p>	<p>ПК-1.2: Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации;</p> <p>ПК-1.3: Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;</p> <p>ПК-7.3: Использует навыки управления маркетинговыми процессами и коммуникациями на рынках B2B и B2C</p>	<p>Трейд-маркетинг – 3 з.е., очная форма – КР, зачет с оценкой; заочная форма – КР, зачет с оценкой</p>	<p><u>Знать:</u> сущность и цели сбытовой деятельности предприятия; принципы организации и работы службы сбыта торговых предприятий; методы и техники продаж; сущность, функции, виды и особенности организации каналов распределения и сбыта; специфику поведения потребителей в контексте продаж;</p> <p><u>Уметь:</u> использовать инструменты исследования и управления сбытовыми каналами; использовать целеполагание, маркетинговые технологии для обоснования направлений развития службы сбыта торгового предприятия при взаимодействии с потребителями, посредниками; обеспечивать организацию деятельности службы сбыта предприятий, работающих на рынках B2B и B2C.</p> <p><u>Владеть:</u> инструментами проведения анализа каналов распределения; навыками целеполагания, маркетинговыми технологиями для обоснования направлений развития службы сбыта торговых предприятий; навыками проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамике развития одноуровневых и многоуровневых каналов распределения.</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-6:Способность оценивать экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений</p>	<p>ПК-1.1: Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и осуществляет управление ими в организации;</p> <p>ПК-6.3:Владеет методами оценки экономических и социальных последствий разрабатываемых маркетинговых решений</p>	<p>Инновационный маркетинг-менеджмент – 3 з.е., очная форма – зачет с оценкой; заочная форма – контр.р., зачет с оценкой</p>	<p><u>Знать:</u> основные понятия инновационного маркетинг-менеджмента; современные методологические инструменты и технологии инновационного маркетинга; основные подходы, методы генерации и селекции идей; сравнительную характеристику различных этапов инновационного процесса; маркетинговые инструменты осуществления диффузии инноваций.</p> <p><u>Уметь:</u> использовать современные методы для проведения маркетинговых исследований инновационных процессов; управлять бизнес-процессами в инновационной сфере с использованием маркетинговых технологий; готовить аналитические материалы по результатам исследований;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками использования современных методов проведения маркетинговых исследований рынка инновационных товаров; способностью разрабатывать комплекс маркетинговых коммуникаций для инновационных товаров; навыками маркетингового аудита рынка инновационной продукции; методами оценки рыночных рисков и управления ими при коммерциализации инноваций.</p>
<p>ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-7:Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках</p>	<p>ПК-1.4: Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации;</p> <p>ПК-7.3: Использует навыки управления маркетинговыми процессами и коммуникациями на</p>	<p>Интегрированные маркетинговые коммуникации – 3 з.е., очная форма – КР, экзамен; заочная форма – КР, экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> основные методы и технологии разработки и управления ИМК; современные технологии применения ИМК на B2B и B2C рынках; инновационные подходы при управлении коммуникационной деятельностью; современные технологии и процесса синергии коммуникаций для различных групп и рынков потребителей, технологии управления результативностью синергетического эффекта;</p> <p><u>Уметь:</u> грамотно проводить самостоятельные исследования в соответствии с особенностями ЦА и разрабо-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
В2В и В2С	рынках В2В и В2С		<p>танной программой ИМК; использовать интегрированные маркетинговые коммуникации при управлении маркетинговыми процессами на рынках В2В и В2С; разрабатывать и внедрять систему управления эффективностью кампании ИМК.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками сегментирования продукта, инструмента коммуникации и ЦА; принципами использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах: методикой разработки ИМК кампаний и программ; навыками управления эффективностью ИМК кампаний и программ.</p>
ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-4.1: Использует методы мониторинга, экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Управление интернет-маркетингом – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет	<p><i>Знать:</i> сущность и принципы функционирования цифровой экономики; современные технологии экономического и стратегического анализа поведения агентов и рынков в глобальной среде; особенности интернет-аудитории в России и мире; основные теоретические положения об интегрированных маркетинговых коммуникациях в современном цифровом обществе; основные подходы к стратегическому и тактическому планированию элементов комплекса интернет-маркетинга; основные подходы к организации и реализации коммуникационных мероприятий для современных компаний с использованием технологий интернет-маркетинга; технологии интернет-маркетинга; современные технологии контроля эффективности и результативности применения инструментов интернет-маркетинга при управлении информационным пространством компании;</p> <p><i>Уметь:</i> проводить анализ конкурентной среды в интернет-пространстве и давать оценку положения современных компаний в цифровой экономике на местном, реги-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>ональном и глобальном уровнях; проводить экономический и стратегический анализ поведения агентов и рынков в глобальной среде; определять цели управления интернет-маркетинговой деятельности современных компаний по основным направлениям комплекса маркетинга; осуществлять планирование мероприятий интегрированных маркетинговых коммуникаций на основе знания технологий интернет-маркетинга; реализовывать коммуникационную политику современных компаний с использованием технологий интернет-маркетинга; проводить анализ эффективности и результативности мероприятий, направленных на управление информационным пространством современных компаний на основе веб-аналитики;</p> <p><u>Владеть</u> :навыками диагностики конкурентной среды в интернет-пространстве на местном, региональном и глобальном уровнях;методами анализа поведения экономических агентов и рынков в интернет-среде; навыками планирования интернет-маркетинговой политики современных компаний; навыками реализации мероприятий интегрированных маркетинговых коммуникаций и использованием технологий интернет-маркетинга; навыками контроля эффективности и результативности мероприятий при осуществлении интернет-маркетинговой политики современных компаний.</p>

Аннотация рабочей программы модуля по выбору 2 «Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании»

Целью освоения модуля «Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании» является расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков студентами при решении задач принятия экономически обоснованных стратегических и тактических маркетинговых решений, специальных профессиональных знаний об особенностях организации и осуществления сбытовой политики на предприятиях, специализирующихся в сфере рыбной продукции, формирование у студентов навыков управления отношениями между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе в рамках концепции маркетинга взаимодействия. приобретение комплексных знаний и умений, а также формирование компетенций в области системного управления маркетингом в рыбопромышленной компании, необходимых в профессиональной деятельности специалистов по направлению подготовки.

Информация о структуре и содержании модуля представлена в таблице.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-6:Способность оценивать экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений</p>	<p>ПК-1.5: Экономически обосновывает принимаемые маркетинговые решения с учетом их экономических и социальных последствий;</p> <p>ПК-6.1: Проводит экономический анализ маркетинговой составляющей деятельности рыбопромышленной компании</p>	<p>Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет</p>	<p><u>Знать:</u> сущность, виды и последствия принимаемых управленческих решений в области маркетинга; процесс принятия маркетинговых решений; методы управления корпоративными финансами; методы экономического анализа; способы экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений.</p> <p><u>Уметь:</u> использовать инструменты и методы принятия маркетинговых решений и их обоснования; собирать информацию, необходимую для проведения обоснования маркетинговых решений; использовать методы экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; оценивать возможные экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений.</p> <p><u>Владеть:</u> инструментами проведения экономического анализа маркетинговых проектов; навыками целеполагания, маркетинговыми технологиями для обоснования</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			принимаемых решений в области маркетинга; методами экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; маркетинговым инструментарием в области экономического обоснования управленческих решений.
ПК-7: Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C	ПК-7.1:Использует знания и навыки управления маркетинговыми процессами на различных рынках при формировании маркетинговых каналов распределения рыбной продукции	Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции – 3 з.е., очная форма – КР, зачет с оценкой; заочная форма – КР, зачет с оценкой	<u>Знать:</u> профессиональные термины предметной области сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; методологию осуществления сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; инструменты маркетингового аудита сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; <u>Уметь:</u> разрабатывать маркетинговую сбытовую политику отраслевого предприятия; проводить аудит сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; проводить анализ эффективности методов стимулирования сбыта предприятия рыбохозяйственного комплекса; <u>Владеть:</u> инструментами управления каналами сбыта рыбной продукции; инструментами стимулирования сбыта, обеспечивающими эффективную реализацию рыбной продукции; инструментами маркетингового аудита отраслевого предприятия.
ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-4.2: Анализирует и учитывает поведение экономических агентов в условиях глобальной экономики для обеспечения эффективных взаимодействий предприятий рыбохозяйственного комплекса	Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе – 3 з.е., очная форма – зачет с оценкой; заочная форма – контр.р., зачет с оценкой	<u>Знать:</u> концептуальные основы маркетинга взаимодействия; особенности функционирования рыбохозяйственного комплекса региона и страны; стратегически значимые процессы создания ценности объектов трансакций в рыбохозяйственном комплексе; сущность и принципы работы системы менеджмента качества в рыбохозяйственном комплексе; сущность и принципы работы системы управления взаимоотношениями с клиентами в рыбохозяйственном комплексе; принципы по-

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>строения долгосрочного партнёрства в процессе деловых коммуникаций внутри предприятий рыбохозяйственного комплекса;</p> <p><u>Уметь:</u> проводить анализ эффективности взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; разрабатывать стратегии и программы развития стратегически значимых процессов создания ценности объектов транзакций в рыбохозяйственном комплексе; осуществлять внедрение системы менеджмента качества на всех этапах взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; осуществлять планирование и реализацию мероприятий в процессе управления взаимоотношениями с клиентами в рыбохозяйственном комплексе; создавать эффективную коммуникационную среду для построения долгосрочных партнёрских отношений внутри предприятий рыбохозяйственного комплекса;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками мониторинга, оценки и постоянного улучшения стратегически значимых процессов создания ценности объектов транзакций в рыбохозяйственном комплексе; методами анализа эффективности взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; навыками разработки, планирования и внедрения программ при развитии маркетинга взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе; навыками управления системой менеджмента качества на предприятиях рыбохозяйственного комплекса; навыками управления системой взаимодействия с потребителями в рыбохозяйственном комплексе; навыками контроля эффективности и результативности меро-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>приятий в процессе выстраивании коммуникационной среды при развитии маркетинга взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе.</p>
<p>ПК-7: Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C</p>	<p>ПК-7.2: Формирует умение управления маркетинговыми процессами на рынке B2B рыбопромышленной компании .</p>	<p>Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании – 3 з.е., очная форма – КР, экзамен; заочная форма – КР, экзамен</p>	<p><u>Знать:</u> категориальный аппарат и технологии анализа рынка рыбной продукции и разработки маркетинговых функциональных стратегий; особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; теоретические и методологические основы организации маркетинговой деятельности в рыбохозяйственной компании; принципы и особенности проектирования оптимальных организационных структур управления маркетингом в рыбохозяйственной компании; особенности организационно-правового обеспечения деятельности маркетинговых служб и менеджеров по маркетингу; основы бизнес-планирования и разработки эффективных маркетинговых программ; методы оценки риска по маркетинговым проектам; особенности управления маркетинговой политикой рыбохозяйственной компании; особенности и методы управления элементами комплекса маркетинга (товаром, ценой, распределением и продвижением) рыбохозяйственной компании; особенности управления портфелем заказов рыбохозяйственной компании; содержание системы контроля и оценки эффективности маркетинга.</p> <p><u>Уметь:</u> внедрять систему основных принципов управления маркетингом в хозяйственную деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды; использовать методы маркетингового управления для успешной реализации маркетинговых проектов в рыбохозяйственной компании; разрабатывать управленческие решения в области маркетинга на</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>стратегическом, функциональном и операционном уровнях; применять методы планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании, а также выбора оптимальных стратегий их решения; разрабатывать экономическое обоснование стратегических и оперативных планов деятельности рыбохозяйственной компании; разрабатывать элементы комплекса маркетинга для различных товаров, предназначенных для рынка B2B рыбной продукции; использовать маркетинговые коммуникации для проникновения на рынок, привлечения потребителей и успешного позиционирования; проводить внешний и внутренний аудит маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании; производить системную оценку эффективности маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании.</p> <p><u>Владеть:</u> методами проектирования организационных структур маркетинга и оценки их эффективности; методами стратегического и тактического планирования, структурного, сравнительного, системного анализа для осуществления исследований рынка рыбной продукции, моделирования и прогнозирования его развития; навыками экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью рыбохозяйственной компании; навыками использования маркетинговых инструментов для освоения существующих и новых сегментов рынка сбыта рыбной продукции; методами оценки инвестиций в маркетинг на B2B рынке и управления рентабельностью инвестиций в маркетинг; навыками достижения ком-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			мерческого успеха в результате своевременного контроля, учета и комплексной оценки маркетингового потенциала рыбохозяйственной компании.
ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-4.2: Анализирует и учитывает поведение экономических агентов в условиях глобальной экономики для обеспечения эффективных взаимодействий предприятий рыбохозяйственного комплекса.	Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса – 2 з.е., очная форма – зачет; заочная форма – контр.р., зачет	<p><u>Знать:</u> особенности международного маркетинга для сферы рыбохозяйственного комплекса; предпосылки выхода предприятия на международный отраслевой рынок; методы анализа международных отраслевых рынков.</p> <p><u>Уметь:</u> выявлять отраслевые маркетинговые тенденции; определять наиболее эффективные стратегии при выходе на международные рынки; выявлять приоритетные направления развития предприятия в рамках международного маркетинга.</p> <p><u>Владеть:</u> навыками использования маркетингового инструментария в международном бизнесе; инструментами анализа международных рынков; инструментами формирования маркетингового информационного поля отраслевой компании на международном рынке.</p>

Начальник УРОПС

В.А. Мельникова