

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский университет дружбы народов»**

**АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО**

**Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)**

Маркетинг

---

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**реализуемой по направлению подготовки/специальности:**

38.03.02 «Менеджмент»

---

(код и наименование направления подготовки/специальности)

2022 г.

Наименование дисциплины	«История»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
I. ТЕОРИЯ и МЕТОДОЛОГИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ НАУКИ	Тема 1.1. История как наука
II. РУСЬ В ПЕРИОД СРЕДНЕВЕКОВЬЯ	Тема 2.1. Древняя Русь Тема 2.2. Феодалная раздробленность и борьба за независимость Тема 2.3. Образование русского единого государства
III. РОССИЯ НА ПОРОГЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ И В НОВОЕ ВРЕМЯ	Тема 3.1. Россия в XVI в. Иван Грозный Тема 3.2. Смута и время первых Романовых Тема 3.3. Петр I и его эпоха Тема 3.4. Эпоха дворцовых переворотов Тема 3.5. Российская империя во второй половине XVIII века Тема 3.6. Россия в первой четверти XIX в. Павел I. Александр I. Отечественная война. Тема 3.7. Восстание декабристов. Эпоха правления Николая I. Тема 3.8. Александр II и эпоха реформ Тема 3.9. Российская империя в эпоху правления Александра III Тема 3.10. Особенности развития капитализма в России (последняя четверть XIX в.)
IV. РОССИЯ и СССР В НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ	Тема 4.1. Российская империя в начале XX в. Николай II Тема 4.2. Революции в России Тема 4.3. Внутренняя политика Советской России и СССР в предвоенный период Тема 4.4. СССР в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) Тема 4.5. Послевоенные годы. Начало правления Хрущева. Тема 4.6. Оттепель как особый этап развития СССР. Тема 4.7. СССР в эпоху Л.И. Брежнева Тема 4.8. СССР в 1985–1991 гг. Перестройка. Тема 4.9. Распад СССР и создание СНГ Тема 4.10. Российская Федерация в 1990-е гг. РФ в начале XXI в. В.В. Путин. Тема 4.11. Роль РУДН как «мягкой силы» в МО

Наименование дисциплины	Философия
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часа)
Содержание дисциплины	
Разделы	Темы
Раздел 1. Что есть философия.	Тема 1.1. Предмет философии, ее функции, метод и основные разделы. План: 1. Что может дать человеку философия? 2. Философия, миф и религия как типы мировоззрения. 3. Предмет философии и ее основные функции. 4. Основные разделы философии. Тема 1.2. Проблема генезиса философии. Миф, Логос и проблема множественности философских культур. План: 1. Проблема возникновения философии. «Осевое время».

	<p>2. Зарождение философии в Древней Индии. Упанишады, философия Вед, философия Буддизма.</p> <p>3. Зарождение философии в Древнем Китае. Конфуцианство, Даосизм, философия Книги Перемен.</p> <p>Тема 1.3. У истоков западноевропейской философии: Древняя Греция</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основная проблематика первой философии. <ol style="list-style-type: none"> <li>а) первоначало;</li> <li>б) бытие и небытие;</li> <li>в) бытие и становление;</li> <li>г) бытие и мышление;</li> <li>д) единое и множественное.</li> </ol> </li> <li>2. Софисты и переворот в философии. Открытие человека.</li> <li>3. Сократ - отец античной этики.</li> </ol>
<p>Раздел 2. Философия общества.</p>	<p>Тема 2.1. Ценности в жизни человека и общества.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и природа ценности.</li> <li>2. Виды ценностей.</li> <li>3. Иерархичность и системность ценностного мира.</li> </ol> <p>Проблема аномии.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Экономические и социально-политические ценности.</li> <li>5. Специфика моральных ценностей.</li> <li>6. Философия морали: утилитарная и деонтологическая этика.</li> <li>7. Религиозные ценности в системе ценностей.</li> <li>8. Проблема переоценки ценностей.</li> </ol> <p>Тема 2.2. Общество и его развитие.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблема общественного развития. Прогресс и регресс.</li> <li>2. Циклическая, линейная и спиралевидная модели истории.</li> <li>3. Историцизм.</li> <li>4. "Ризомная" модель истории.</li> </ol> <p>Тема 2.3. От традиционного к современному (постиндустриальному) обществу.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цивилизационные концепции.</li> <li>2. Традиционная цивилизация.</li> <li>3. Индустриальная цивилизация.</li> <li>4. Постиндустриальная цивилизация.</li> </ol> <p>Тема 2.4. Справедливость и проблема легитимации государства.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уровни справедливости (метафизический и социальный).</li> <li>2. Принципы распределительной справедливости.</li> <li>3. Государство: проблема легальной и легитимной власти.</li> <li>4. Различные формы легитимации государственной власти.</li> </ol>
<p>Раздел 3. Философские картины мира</p>	<p>Тема 3.1. Философские картины мира Античности и Средневековья.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие картины мира.</li> </ol>

	<p>2. Философская картина мира и метафизика.  3. Философская картина мира античности.  4. Философская картина мира Средневековья.  Тема 3.2. Философские картины мира Возрождения, Нового времени и современности.  План:  1. Философская картина мира эпохи Возрождения.  2. Философские картины мира Нового времени (Декарт, Спиноза, Лейбниц, Гегель, Фейербах).  3. Особенности современной картины мира.</p>
Раздел 4. Философская теория познания.	<p>Тема 4.1. Познание истины: источники, формы и критерии.  План:  1. Источники истинностного знания.  2. Исторические формы гносеологической теории.  3. Принцип отражения. Сознание-познание-знание.  4. Теории истины. Критерии истины.  5. Формы чувственного и рационального познания.  Тема 4.2. Познание, его возможности и границы.  План:  1. Смена парадигм и типы научной рациональности (Т.Кун, В.Степин).  2. "Идолы познания" по Ф.Бэкону.  3. Скептицизм и границы познания.  4. Непознаваемость "вещи в себе" по И.Канту.  5. Проблема интенциональности познания и феноменологическая редукция (Э.Гуссерль).</p>
Раздел 5. Философское учение о человеке.	<p>Тема 5.1. Природа человека.  План:  1. Природное и культурное в человеке.  2. Полярность человеческой природы: земное и божественное, доброе и злое в человеке.  3. Сознательное и бессознательное в человеке.  4. «Неспециализированность» человека и пластичность его природы.  Тема 5.2. Свобода как философская проблема.  План:  1. Детерминизм и индетерминизм в философии.  2. Свобода и ответственность.  3. «Бремя свободы» и бегство от нее.  Тема 5.3. Смысл жизни как философская проблема.  План:  1. Смысл жизни и абсурд  2. Человек, творящий мир символов и смыслов  3. Смыслотворческая деятельность: порядок из хаоса  4. Основные вектора поиска смысла жизни  а) Индивидуализм или коллективизм?  б) Прагматизм или идеализм?  в) Человеческое или трансцендентное?  5. Проблема выбора жизненного проекта.</p>
Раздел 6. Будущее философии.	<p>Тема 6.1. Философия постмодернизма. Проблема подлинности: философский аспект.  План:  1. Эра постмодерна: сущность и основные черты.  2. Постмодернизм в искусстве, науке и философии.  3. Проблема подлинности и симуляции.  Тема 6.2. Подведение итогов. Обобщающие выводы.</p>

Наименование дисциплины	«Математика.
Объём дисциплины	6 /216
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
<b>Семестр 1</b>	
Раздел 1. Элементы линейной алгебры	<p>Тема 1.1. Введение. Векторы и действия с ними. Линейные пространства. Базис и ранг системы векторов. Разложение вектора по базису. Координаты вектора в базисе. Линейные пространства.</p> <p>Тема 1.2. Матрицы и действия с ними Понятие матрицы. Сложение, вычитание матриц. Примеры применения матричного исчисления в экономических задачах.</p> <p>Тема 1.3. Определители Свойства определителей. Миноры. Алгебраические дополнения. Теорема Лапласа. Теорема о ранге матрицы.</p> <p>Тема 1.4. Системы линейных уравнений Совместные и несовместные системы. Фундаментальная система решений системы линейных однородных уравнений.</p> <p>Тема 1.5. Линейные операторы Понятие линейного оператора. Матрица линейного оператора. Собственные векторы и собственные значения линейного оператора.</p>
Раздел 2. Линейные модели в экономике	<p>Тема 2.1. Линейная модель обмена Модель международной торговли как пример математической модели экономического процесса.</p> <p>Тема 2.2. Модель Леонтьева Модель Леонтьева. Продуктивная модель Леонтьева. Критерии продуктивности.</p>
Раздел 3. Элементы аналитической геометрии	<p>Тема 3.1. Аналитическая геометрия на плоскости. Уравнение прямой на плоскости. Угол между прямыми. Расстояние от точки до прямой. Кривые второго порядка.</p> <p>Тема 3.2. Аналитическая геометрия в пространстве. Уравнение прямой и плоскости в пространстве. Угол между плоскостями. Расстояние от точки до плоскости.</p>
<b>Семестр 2</b>	
Раздел 1. Введение в анализ	<p>Тема 1.1. Элементы теории множеств Понятие множества. Числовые множества. Числовая ось.</p> <p>Тема 1.2. Последовательности. Функции Предел последовательности. Понятие функции. Способы задания функции. Основные элементарные функции; их графики и свойства.</p> <p>Тема 1.3. Предел функции Предел функции. Первый замечательный предел. Второй замечательный предел. Задача о непрерывном начислении процентов.</p> <p>Тема 1.4. Непрерывность функции Непрерывность функции в точке. Свойства функций, непрерывных на отрезке.</p>

Раздел Дифференциальное исчисление	2.	Тема 2.1. Производная функции. Дифференциал Геометрический и механический смысл производной. Непрерывность дифференцируемой функции. Дифференциал. Тема 2.2. Свойства дифференцируемых функций Основные теоремы дифференциального исчисления. Правило Лопиталья. Раскрытие неопределенностей различных видов. Тема 2.3. Экстремумы функций Локальный экстремум. Необходимое и достаточные условия экстремума. Схема исследования функции на экстремум. Тема 2.4. Исследование функций и построение графиков. Общая схема исследования функций и построения графиков.
Раздел 3. Интегральное исчисление		Тема 3.1. Неопределенный интеграл. Методы интегрирования. Первообразная функция и неопределенный интеграл. Свойства неопределенного интеграла. Основные методы интегрирования. Тема 3.2. Определенный интеграл и его свойства. Понятие определенного интеграла. Свойства определенного интеграла. Формула Ньютона-Лейбница. Тема 3.3. Приложения определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Тема 3.4. Несобственные интегралы. Несобственные интегралы с бесконечными пределами интегрирования. Несобственные интегралы от неограниченных функций.
Раздел 4. Функции нескольких переменных		Тема 4.1. Определение и способы задания функции нескольких переменных. Функции нескольких переменных. Производная по направлению. Тема 4.3. Экстремумы. Условные экстремумы. Экстремум функции двух переменных. Условный экстремум. Достаточные условия условного экстремума.
Раздел Дифференциальные уравнения	5.	Тема 5.1. Дифференциальные уравнения I порядка. Дифференциальное уравнение первого порядка. Задача Коши. Тема 5.2. Дифференциальные уравнения II порядка. Линейные дифференциальные уравнения второго порядка.

Наименование дисциплины	«Информационные технологии в менеджменте»
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Информация, информатика, информационные технологии	Тема 1.1. Понятие информатики и информационного общества. Информация и ее свойства
	Тема 1.2. Меры и единицы представления, измерения и хранения информации. Системы счисления. Основы алгебры логики.
	Тема 1.3. Техническая основа информационных технологий. Персональный компьютер. Основные блоки ПК.
	Тема 1.4. Структура программного обеспечения компьютера
	Тема 1.5. Понятие операционной системы и операционной среды
Раздел 2. MS PowerPoint	Основы работы с MS-PowerPoint. Определение содержания и внешнего вида презентации. Использование макета. Шаблоны слайдов. Форматирование слайдов, объектов. Масштабирование и размещение объектов. Рисование фигур и произвольных изображений.

Наименование дисциплины	«Информационные технологии в менеджменте»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
	Усовершенствование презентаций. Добавление анимации и звука. Вставка слайдов из других презентаций, рисунков и видеоклипов.
	Подготовка к презентации. Установка параметров слайда. Размеры, нумерация, ориентация слайда.
Раздел 3. Текстовый процессор MS Word	Форматирование текстовых документов. Оглавление. Стили знака и абзаца.
	Работа с таблицами. Представление текста в колонках.
Раздел 4. Табличный процессор MS Excel	Решение примеров. Формулы и имена в ячейках. Автозаполнение. Функция СУММ. Абсолютные и относительные ссылки. Абсолютные и относительные ссылки на ячейки в формулах.
	Копирование листов книг. Числовые форматы. Математические и статистические функции Excel Функция СУММЕСЛИ.
	Логические функции
	Базы данных (списки). Сортировка. Промежуточные итоги. Автофильтр. Расширенный фильтр. Сводные таблицы. Макросы.
	Финансовые функции. Диаграммы и графики.
	Построение сценариев, таблицы данных, таблица подстановки.

Наименование дисциплины	<i>Введение в специальность</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Общие основы экономической теории	Тема 1. Предмет и метод экономики.
Основы экономического развития и общественного производства	Тема 2. Модели экономического развития разных стран
	Тема 3. Становление рыночного хозяйства
	Тема 4. Особенности развития экономики России
	Тема 5. Соотношение сил на мировой арене в 20-21 вв.
Современные модели экономического развития	Тема 6. Тенденции развития мировой экономики на современном этапе.

Наименование дисциплины	<i>Теория организации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6/216
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Концептуальные подходы к теории организации	Тема 1. Понятие и сущность организации Тема 2. Эволюция организационной теории Тема 3. Система законов и принципы организации Тема 4. Системный подход к исследованию организации
Раздел 2. Основы проектирования и развития организации	Тема 5. Организационные структуры управления. Тема 6. Основы организационного проектирования Тема 7. Исследование влияния внешней среды на проектирование организации Тема 8. Жизненный цикл организации

Наименование дисциплины	<i>Основы риторики и коммуникации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Понятие о риторике и коммуникациях. Виды коммуникации	1.1. Понятия «риторика», «ораторское искусство», «речевая деятельность», «речевое поведение».
Раздел 2. Истоки, пути становления и развитие риторики	2.1. Риторика в период античности. 2.2. Этапы классического риторического канона.
Раздел 3. Подготовка устного публичного выступления	3.1. Этапы подготовки устного публичного выступления. 3.2. Анализ специфики аудитории: осмысление её качественных и количественных особенностей. 3.3. Подготовка к созданию текста устного публичного выступления: выступления, специфики аудитории. Способы организации фактического материала и его описания в тексте устного публичного выступления: индуктивный, дедуктивный,



Наименование дисциплины	<i>Основы риторики и коммуникации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 4. Создание текста устного публичного выступления. Композиция текста устного публичного выступления	4.1. Понятие о композиции. Варианты композиции. Классический вариант композиции. 4.2. Модификации классического варианта композиции 4.3. Выбор композиции текста устного публичного выступления в зависимости от идеи выступления, его цели, задач и от особенностей аудитории.
Раздел 5. Контакт оратора с аудиторией. Способы установления контакта оратора с аудиторией, поддержания и удержания внимания людей.	5.1. Психологические аспекты устного публичного выступления. 5.2. Аудитория как коллективный субъект.
Раздел 6. Языковое выражение мысли в тексте устного публичного выступления. Использование изобразительных и выразительных средств современного русского языка	6.1. Коммуникация как языковое выражение мысли. 6.2. Понятие об изобразительных и выразительных средствах языка. 6.3. Типология выразительных средств языка (анафора; эпифора; параллелизм; сравнение; градация; антитеза; оксюморон; риторический вопрос; риторическое восклицание; риторическое обращение; инверсия; эллипсис; многосоюзие; бессоюзие; период; умолчание).
Раздел 7. Языковое выражение мысли в тексте устного публичного выступления. Риторические техники (по Максу Аткинсону)	7.1. Понятие о риторических техниках. Риторические техники одиночного и комбинированного формата. 7.2. Классификация риторических техник одиночного формата.
Раздел 8. Логические основы убедительности речи	8.1. Понятие о логике. Логика формальная и диалектическая. 8.2. Прямые и косвенные доказательства. Логические ошибки в аргументации.
Раздел 9 2. Спор. Полемика. Дискуссия. Прения. Дебаты. Правила ведения спора. Полемические приёмы. Уловки в споре. Софистика. Софизмы.	9.1. Понятия «спор», «полемика», «дискуссия», «прения», «дебаты». Правила ведения спора. Полемические приёмы. Уловки в споре. Софистика. Варианты софизмов.
Раздел 10. Особенности межличностной коммуникации в профессиональной деятельности	10.1 Межличностная коммуникация и устное публичное выступление. Обсуждение дискуссионных вопросов.
Раздел 11. Ведение переговоров	11.1 Переговоры как процесс коммуникации. Согласование позиций сторон.

Наименование дисциплины	Микроэкономика
Объём дисциплины	33Е (108 ак. час.)
Краткое содержание дисциплины	

Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
<p>Раздел 1. Введение в микроэкономику</p> <p>Раздел 2. Основы современной теории рынка и фирмы</p>	<p>Предмет и метод экономической теории. Общие закономерности экономического развития. Рыночная организация хозяйства как экономическая система</p> <p>Теория спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения. Механизм взаимодействия спроса и предложения. Рыночное равновесие. Основы потребительского выбора. Производство экономических благ. Предприятие (фирма) и предпринимательство. Издержки производства и прибыль.</p>
<p><i>Раздел 3. Теория поведения потребителя</i></p>	<p><i>Выбор для одновременного потребления и выбор в условиях неопределённости. Модель одновременного выбора. Выбор в условиях неопределённости. Выбор в условиях ограниченной рациональности. Выбор за пределами личной выгоды. Познавательные ограничения и поведение потребителя</i></p>
<p>Раздел 4. Теория фирмы и рыночные структуры</p>	<p>Определение объёма производства в условиях совершенной конкуренции. Модели рынка: совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Спрос на продукт отдельной фирмы и её доход в условиях совершенной конкуренции.</p> <p>Определение оптимального объёма производства в коротком и долгом периоде. Сопоставление валового дохода с валовыми издержками. Сопоставление предельного дохода с предельными издержками. Предельное условие. Монополия. Определение цены и объёма производства в условиях монополии. Определение цены и объёма производства в условиях монополистической конкуренции. Определение цены и объёма производства в условиях олигополии. Модели олигополии</p>

Раздел 5. Общее равновесие и благосостояние	Общее равновесие и эффективность рынка. Эффективность обмена. Справедливость и эффективность. Эффективность в производстве. Эффективность конкурентных рынков. Рынки и социальные цели. Кривая Лоренца. Налоги в системе общего равновесия. Рынки с асимметричной информацией. Неопределённость качества и рынок «лимонов» Рынок подержанных автомобилей. Значение асимметричной информации. Страхование. Рынок кредита. Важность репутации и стандартизации. Рыночные сигналы. Простая модель сигналов на рынке труда. Гарантии и обязательства. Моральный риск. Проблема «заказчик - исполнитель». Асимметричная информация на рынке труда. Положительные и отрицательные эффекты, неэффективность. Способы устранения внешних эффектов. Внешние эффекты и права собственности. Теорема Коуза. Классификация экономических благ. Частные и общественные блага. Эффективность и общественные блага. Общественные блага и несостоятельность рынка. Индивидуальные предпочтения на общественное благо. Спрос на общественные блага и объём производства общественных благ. Теория общественного выбора.
---	--

Наименование дисциплины	«Макроэкономика»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Предмет и метод макроэкономической теории. Система национальных счетов	Тема 1.1. Макроэкономика как наука о национальном хозяйстве в целом. Основные макроэкономические проблемы. Ключевые макроэкономические показатели
	Тема 1.2. Валовой внутренний продукт и методы его измерения. ВНД и ВВП. Чистый доход факторов производства. Конечные и промежуточные товары и услуги. Исключение двойного счета. Расчет ВВП по доходам и расходам. Валовые и чистые величины
	Тема 1.3. Основные счета СНС. Номинальный и реальный ВВП. Дефлятор ВВП. Индекс потребительских цен. Отличия дефлятора ВВП и ИПЦ
Раздел 2. Экономический рост. Макроэкономическая нестабильность, безработица, инфляция	Тема 2.1. Понятие экономического цикла. Фазы цикла, проциклические и контрциклические показатели
	Тема 2.2. Занятость и безработица. Рынок труда. Причины безработицы. Виды безработицы. Понятие естественного уровня безработицы. Скрытая безработица. Взаимосвязь динамики безработицы и ВВП. Закон Оукена
	Тема 2.3. Инфляция и ее измерение. Номинальные и реальные показатели. Реальная и номинальная заработная плата, процентная ставка, обменный курс. Причины инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Роль инфляционных ожиданий. Дефляция и дезинфляция. Стагфляция

Наименование дисциплины	«Макроэкономика»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 3. Совокупный спрос и его структура	Тема 3.1. Понятие совокупного спроса. Основные составляющие совокупного спроса. Эффекты, объясняющие отрицательный наклон кривой AD. Неценовые факторы, влияющие на сдвиги кривой AD
	Тема 3.2. Доходы и расходы государства. Государственный бюджет. Общее понятие о государственных финансах, их структура и уровни. Государственный долг. Классификация налогов. Понятие и основные элементы налоговой системы России. Структура российской налоговой системы
Раздел 4. Денежный рынок. Совместное равновесие на рынке товаров и финансовом рынке. (IS-LM модель)	Тема 4.1. Деньги и их функции. Денежные агрегаты. Процентные ставки и цены в монетарной экономике. Спрос на деньги. Предложение денег. Функции центрального банка. Инструменты монетарной политики. Операции на открытом рынке. Ставка рефинансирования. Денежная база, денежный мультипликатор и предложение денег. Вывод кривой LM
	Тема 4.2. Условия совместного равновесия. Единственность равновесия. Взаимодействие рынка товаров и финансовых рынков при изменении бюджетно-налоговой и монетарной политики. Последствия сдвига кривой IS. Инвестиционная и ликвидная ловушки. Сравнительная эффективность монетарной и фискальной политик. Построение функции совокупного спроса из модели IS-LM
Раздел 5. Открытая экономика	Тема 5.1. Понятие открытой экономики
	Тема 5.2. Макроэкономические показатели в открытой экономике. Платежный баланс и его структура. Счет текущих операций. Счет движения капитала. Валютные резервы. Валютный курс. Виды валютных курсов. Номинальный и реальный валютный курс. Фиксированный и плавающий валютный курс. Равновесие в открытой- экономике.
	Тема 5.3. Свободная торговля и таможенная защита. Внешняя торговля России. Иностраннные инвестиции в России. Россия и ВТО

Наименование дисциплины	«Безопасность жизнедеятельности»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Пожарная безопасность в быту	Тема 1.1. Основные понятия и термины
	Тема 1.2. Противопожарный режим в зданиях РУДН
	Тема 1.3. Пути эвакуации. Памятка о пожарной безопасности
	Тема 1.4. Применение современных малогабаритных средств пожаротушения. Огнетушители (ОУ, ОП). Пожарные краны
	Тема 1.5. Автоматические пожарные сигнализации (особенности АПС в РУДН)

	Тема 1.6. Пожарная безопасность в быту
Раздел 2. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности	Тема 2.1 Основные понятия, термины и определения.
	Тема 2.2 Характерные системы «человек – среда обитания».
	Тема 2.3 Производственная, городская, бытовая, природная среда.
	Тема 2.4 Взаимодействие человека со средой обитания.
	Тема 2.5 Закон сохранения жизни Куражковского Ю.Н.
	Тема 2.6 Основы оптимального взаимодействия: комфортность, минимизация негативных воздействий, устойчивое развитие систем.
Раздел 3. Риски	Тема 3.1 Понятие риска.
	Тема 3.2 Оценка риска.
	Тема 3.3 Общая классификация рисков. Ущерб.
	Тема 3.4 Концепция риска.
Раздел 4. Чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий	Тема 4.1 Чрезвычайные ситуации природного характера.
	Тема 4.2 Основные понятия и определения, классификация чрезвычайных ситуаций: геофизические и геологические опасные явления; метеорологические и агрометеорологические опасные явления; морские гидрологические опасные явления; природные пожары.
	Тема 4.3 Характеристика поражающих факторов источников чрезвычайных ситуаций природного характера.
	Тема 4.4. Защита населения от природных ЧС
Раздел 5. Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий	Тема 5.1 Чрезвычайные ситуации техногенного характера.
	Тема 5.2 Основные понятия и определения, классификация чрезвычайных ситуаций: пожары, взрывы, угроза взрывов; аварии с выбросом (угрозой выброса) аварийно химически опасных веществ (АХОВ); аварии с выбросом (угрозой выброса) радиоактивных веществ (РВ); аварии с выбросом (угрозой выброса) биологически опасных веществ (БОВ).
	Тема 5.3 Поражающие факторы источников чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Фазы развития чрезвычайных ситуаций.
	Тема 5.4. Защита населения от ЧС техногенного характера
Раздел 6. Окружающий мир. Опасности, возникающие в повседневной жизни и безопасное поведение	Тема 6.1 Окружающий мир и человек, характер их взаимодействия. Человек как объект и субъект безопасности. Ситуации, возникающие в процессе жизнедеятельности человека.
	Тема 6.2 Особенности города, как среды обитания. Зоны повышенной опасности в городе.
	Тема 6.3. Терроризм в условиях мегаполиса.
Раздел 7. Управление безопасностью жизнедеятельностью	Тема 7.1 Организационные основы управления безопасностью жизнедеятельности.
	Тема 7.2 Правовые основы управления качеством окружающей среды.
	Тема 7.3 Управление качеством окружающей среды.
Раздел 8. Мониторинг как основа управления безопасностью жизнедеятельности человека	Тема 8.1 Понятие мониторинга.
	Тема 8.2 Виды мониторинга: экологический, биосферный, социально-гигиенический.
Раздел 9. Вредные зависимости и их социальные последствия.	Тема 9.1 Компьютерная зависимость.
	Тема 9.2 Влияние алкоголя на организм человека.

Первая помощь	Тема 9.3 Наркомания и токсикомания.
	Тема 9.4 Курение и его влияние на здоровье человека.
	Тема 9.5. Здоровый образ жизни
	Тема 9.6. Первая помощь

Наименование дисциплины	<i>Теория управления</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Предыстория менеджмента как теории	Тема 1. Предмет, методология и периодизация истории менеджмента. Первые управленческие революции
	Тема 2. Управленческие идеи и практика в ранних цивилизациях Востока
	Тема 3. Управленческие идеи и практика в начальном и доиндустриальном периоде развития европейской цивилизации
	Тема 4. Промышленная революция и ее влияние на развитие менеджмента. Пионеры менеджмента в фабричной индустриальной системе
Раздел 2. Эволюция менеджмента как науки и практики в индустриальную и постиндустриальную эпохи	Тема 4. Промышленная революция и ее влияние на развитие менеджмента. Пионеры менеджмента в фабричной индустриальной системе
	Тема 5. Становление и развитие школы научного менеджмента
	Тема 6. Становление и развитие административной (классической) теории менеджмента
	Тема 7. Вклад социальных наук в развитие теории менеджмента
	Тема 8. Возникновение и развитие российского научного менеджмента
	Тема 9. Основные понятия менеджмента.
Раздел 3. Методология менеджмента. Элементы организаций и процесса управления.	Тема 10. Внешняя и внутренняя среда организации.
	Тема 11. Менеджер и его управленческие роли.
	Тема 12. Цели, методы и принципы управления.
	Тема 13. Стратегическое планирование. Функция организация и организационные структуры управления.
Раздел 4. Функции управления и связующие процессы	Тема 14. Функция мотивация и функция контроля в управлении.
	Тема 15. Коммуникация и информация в управлении
	Тема 16. Основы теории принятия решений. Методы принятия решений.
	Тема 17. Власть и влияние в организации

Наименование дисциплины	<i>Физическая культура</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретический раздел	<p>Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.</p> <p>Тема 2. Социально-биологические основы физической культуры.</p> <p>Тема 3. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья.</p> <p>Тема 4. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности</p> <p>Тема 5. Педагогические основы физического воспитания. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов и физическая культура в профессиональной деятельности будущего специалиста.</p> <p>Тема 6. Основы общей и специальной физической подготовки. Спортивная подготовка. Индивидуальный выбор видов спорта или системы физических упражнений.</p> <p>Тема 7. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.</p> <p>Тема 8. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.</p>
Раздел 2. Методико-практический раздел	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненноважными умениями и навыками.</li> <li>2. Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.</li> <li>3. Методика составления индивидуальных программ физического самовоспитания и занятий оздоровительной, рекреационной и восстановительной направленности.</li> <li>4. Основы методики самомассажа.</li> <li>5. Методика коррегирующей гимнастики для глаз.</li> <li>6. Методика составления и проведения простейших самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности.</li> <li>7. Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.</li> <li>8. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития.</li> <li>9. Методы самоконтроля за функциональным состоянием организма.</li> <li>10. Методика проведения учебно-тренировочного занятия.</li> <li>11. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта.</li> <li>12. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств.</li> <li>13. Методы регулирования психоэмоционального состояния на занятиях физическими упражнениями и</li> </ol>

	<p>спортом.</p> <p>14. Средства и методы мышечной релаксации в спорте.</p> <p>15. Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки.</p> <p>16. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда.</p>
Раздел 3. Контрольный раздел	Тестирование теоретических знаний

Наименование дисциплины	<i>Мировая экономика</i>
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Сущность, становление и этапы развития мирового хозяйства.	Тема 1. Мировая экономика, мировое хозяйство, всемирное хозяйство.
Раздел 2. Международное разделение труда и теоретические основы формирования и развития мирового хозяйства.	Тема 2. Международное разделение труда: сущность международного разделения труда, возникновение и развитие МРТ. Тема 3. Теоретические основы формирования и развития мирового хозяйства.
Тема 3. Субъекты мирового хозяйства.	Тема 4. Национальные экономики как участники мирового хозяйства, типология и классификация стран мира  Тема 5. Международная экономическая интеграция: сущность, предпосылки, цели и задачи международной экономической интеграции. Тема 6. Транснациональные корпорации: определение, признаки отнесения компании к ТНК, история развития транснациональных корпораций. Тема 7. Международные организации: определение, классификация, цели, функции.
Раздел 4. Страны в мировой экономике	Тема 8. Развитые страны.  Тема 9. Страны с формирующимися рынками: Китай и другие страны развивающейся Азии (Индия, страны-члены АСЕАН и др.)  Тема 10. Страны с формирующимися рынками: Северная Африка и Средний Восток.  Тема 11. Африка к югу от Сахары. Особенности и проблемы социально-экономического развития; модели развития; дифференциация по уровню развития и по доходам; внешние факторы развития.



	Тема 12 Латинская Америка и страны Карибского бассейна.
	Тема 13. Постсоциалистические страны с формирующимся рынком
Раздел 5. Международная экономическая безопасность	Тема 14. Понятие международной безопасности, принципы международной безопасности.
	Тема 15. Геополитический фактор в мировой экономике

Наименование дисциплины	<i>Учет и анализ</i>
Объем дисциплины	3 ЗЕ (108 часа)
Краткое содержание дисциплины	
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
Теория бухгалтерского учета	История бухгалтерского учета. Сущность и назначение бухгалтерского учета. Система нормативного регулирования б/ учета в РФ. Организация бухгалтерского учета в экономическом субъекте. Объекты и субъекты бухгалтерского учета. Элементы метода бухгалтерского учета (бухгалтерский баланс, система счетов, двойная запись, документация, инвентаризация, оценка, калькулирование)
Учет денежных средств и расчетов	Учет кассовых операций. Учет операций по счетам в банках Учет заемных средств Понятие и классификация финансовых вложений. Учет финансовых вложений. Учет расчетов с покупателями и заказчиками. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками.
Учет процесса снабжения	Понятие, классификация и оценка основных средств. Учет поступления основных средств Материально-производственные запасы, их состав и оценка. Учет приобретения материально-производственных запасов. Учет НДС по приобретенным ценностям. Понятие, классификация и оценка нематериальных активов и учет их поступления.
Учет процесса производства	Понятие и классификация затрат Учет затрат на производство продукции. Списание сырья (материалов) на производство продукции. Начисление амортизации основных средств, нематериальных активов. Начисление заработной платы работникам. Начисление страховых взносов. Расчеты с подотчетными лицами. Учет общехозяйственных и общепроизводственных расходов. Понятие и учет готовой продукции.
Учет процесса реализации и учет финансовых результатов.	Учет продажи продукции, товаров. Учет расходов на продажу. Учет доходов и расходов от обычных видов деятельности. Учет прочих доходов и расходов. Учет конечного финансового результата. Учет расчетов по

	налогам и сборам. Анализ финансовых результатов деятельности организации.
Учет собственного капитала	Формирование и учет уставного капитала. Формирование, учет и использование резервного капитала. Формирование, учет и использование добавочного капитала. Учет нераспределенной прибыли. Учет использования прибыли.
Бухгалтерская отчетность организации	Состав бухгалтерской отчетности и общие требования к ней. Порядок составления бухгалтерской отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах.

Наименование дисциплины	«Статистика»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
Наименование темы дисциплины	Содержание темы
Раздел 1. Предмет, метод и задачи статистики.	Статистика как наука, ее специфические особенности. Предмет статистики. История развития статистической науки в мире и в России. Цели, задачи и актуальность статистической работы в условиях рыночной экономики. Основные категории статистики, признаки и их классификация. Статистический показатель. Понятие о системе статистических показателей. Особенности статистической методологии. Специфические приемы и методы статистического изучения массовых процессов и явлений социальной, экономической и политической жизни общества.
Раздел 2. Сводка и группировка статистических данных	Понятие о сводке и ее виды. Метод группировок, его значение. Типологические, структурные и аналитические группировки. Выбор группированного признака. Определение числа групп. Группировки по атрибутивным признакам. Понятие о классификации. Метод вторичной группировки. Статистические ряды распределений, их виды. Многомерные группировки.
Раздел 3. Абсолютные и относительные показатели. Средние величины	Сущность и значение статистических показателей. Классификация статистических показателей. Абсолютные показатели: их значение, виды и способы получения. Единицы измерения абсолютных величин. Абсолютные величины как исходная форма статистических показателей. Значение относительных показателей, их виды, методы их исчисления и формы выражения. Относительные величины выполнения бизнес-плана, договорных обязательств; структуры, координации, динамики, сравнения и интенсивности.
Раздел 4 . Выборочное наблюдение	Понятие о выборочном наблюдении, его сущность, условия применения и способы отбора. Ошибки выборочного наблюдения (средняя и предельная), методы их расчета. Виды и способы выборки. Определение доверительных границ обобщающих характеристик генеральной совокупности. Малая выборка, ее специфика. Определение необходимой численности выборки. Способы распространения выборочных данных на генеральную совокупность.
Раздел 5. Анализ рядов динамики. Индексы и их применение	Понятие о рядах динамики и их виды. Основные правила построения рядов динамики. Аналитические показатели ряда динамики, способы их вычисления. Расчет среднего уровня ряда динамики, способы его вычисления. Основные приемы анализа рядов динамики. Приведение рядов динамики к одному основанию. Интерполяция и экстраполяция рядов динамики. Методы выявления тенденции ряда динамики. Методы прогнозирования динамических рядов.
Раздел 6. Статистическое изучение взаимосвязей	Понятие о статистической связи. Детерминированные модели: функциональные и стохастические. Корреляционная связь. Виды связей: по направлению, по форме, по количеству факторов. Статистические методы моделирования связей: методы сопоставления двух параллельных рядов; метод аналитических группировок, графический метод, балансовый метод. Коэффициент Фехнера.

Наименование дисциплины	<i>Организационное поведение</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Теоретические основы организационного поведения	Тема 1. Феномен поведенческих дисциплин и их роль в управлении организацией Тема 2. Исторические основы современной науки Организационное поведение
Управление индивидуальным поведением в организации	Тема 3. Основные характеристики индивида Тема 4. Восприятие в организационном поведении Тема 5. Роль научения в поведении индивида Тема 6. Роль мотивации в изучении и модификации индивидуального поведения
Управление поведением групп в организации	Тема 7. Концепция группы в организационном поведении Тема 8. Управление неформальными группами Тема 9. Групповая и межгрупповая динамика Тема 10. Групповая эффективность в организационном поведении Тема 11. Командный менеджмент
Влияние организационных феноменов на поведение индивидов и групп в организации	Тема 12. Власть и лидерство в организационном поведении Тема 13. Организационная культура и ее влияние на организационное поведение Тема 14. Коммуникации и принятие решений Тема 15. Влияние конфликтов на поведение индивидов и групп Тема 16. Стресс и его влияние на поведение индивидов и групп в организации Тема 17. Поведение индивидов в условиях организационных изменений

Наименование дисциплины	<i>Теория управления</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Предыстория менеджмента как теории и практики управления	Тема 1. Предмет, методология и периодизация истории менеджмента. Первые управленческие революции
	Тема 2. Управленческие идеи и практика в ранних цивилизациях Востока
	Тема 3. Управленческие идеи и практика в начальном и доиндустриальном периоде развития европейской цивилизации
Раздел 2. Эволюция менеджмента как науки и практики в индустриальную и постиндустриальную эпохи	Тема 4. Промышленная революция и ее влияние на развитие менеджмента. Пионеры менеджмента в фабричной индустриальной системе
	Тема 5. Становление и развитие школы научного менеджмента

	Тема 6. Становление и развитие административной (классической) теории менеджмента
	Тема 7. Вклад социальных наук в развитие теории менеджмента
	Тема 8. Возникновение и развитие российского научного менеджмента
Раздел 3. Методология менеджмента. Элементы организаций и процесса управления.	Тема 9. Основные понятия менеджмента.
	Тема 10. Внешняя и внутренняя среда организации.
	Тема 11. Менеджер и его управленческие роли.
	Тема 12. Цели, методы и принципы управления.
Раздел 4. Функции управления и связующие процессы	Тема 13. Стратегическое планирование. Функция организация и организационные структуры управления.
	Тема 14. Функция мотивация и функция контроля в управлении.
	Тема 15. Коммуникация и информация в управлении
	Тема 16. Основы теории принятия решений. Методы принятия решений.

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг</i>
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч	8/288
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Базовые определения маркетинга. Холистический маркетинг	Тема 1. Базовые определения маркетинга
	Тема 2. Холистический маркетинг
Раздел 2. Стратегический маркетинг	Тема 3. Маркетинговая среда
	Тема 4. Основы стратегического маркетинга.
	Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование
	Тема 6. Маркетинговая информационная система
Раздел 3. Выбор целевых рынков	Тема 7. Сегментирование рынка
	Тема 8. Маркетинговое позиционирование
	Тема 9. B2C. Поведение покупателей
Раздел 4 Корпоративный маркетинг	Тема 10. B2B. Корпоративный маркетинг
Раздел 5 Комплекс маркетинга	Тема 11. Роль продукта в маркетинге. Мультиатрибутивная модель продукта
	Тема 12. Роль цены в маркетинге.
	Тема 13. Маркетинговые каналы распространения
	Тема 14. Современная оптовая и розничная торговля

	Тема 15. Интегрированные маркетинговые коммуникации
Раздел 6 Современные тенденции маркетинга	Тема 16. Особенности маркетинга услуг
	Тема 17. Современные тенденции маркетинга

Наименование дисциплины	<i>Стратегический менеджмент</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение в «Стратегический менеджмент»	Тема 1. Основные понятия и эволюция стратегического управления
	Тема 2. Иерархия стратегических намерений
	Тема 3. Предприятие как объект стратегического управления
Раздел 2. Методология «Стратегического менеджмента»	Тема 4. Классификация и виды стратегий
	Тема 5. Стратегия и конкурентное преимущество
	Тема 6. Организация стратегического управления
Тема 3. Диагностика среды организации	Тема 7. Анализ макросреды организации
	Тема 8. Структура и особенности микросреды среды предприятия
	Тема 9. Анализ внутренней среды бизнеса
	Тема 10. Матричные методы стратегического анализа и управления
Раздел 4. Выбор и реализация стратегии	Тема 11. Формирование, анализ и выбор стратегических альтернатив
	Тема 12. Управление реализацией стратегии

Наименование дисциплины	<i>Финансовый менеджмент</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Сущность и функции финансов	Финансы как экономическая категория. Финансы в системе денежных отношений. Финансовые потоки и их характеристика. Специфические признаки и состав финансовых отношений. Понятие финансов.
Раздел 2. Финансовая система	Национальная финансовая система: ее структура и элементы. Государственные (общественные) финансы, финансы коммерческих и некоммерческих организаций, страхование как финансовая категория, финансы домашних хозяйств.
Раздел 4. Доходы бюджетной системы	Экономическое содержание доходов государства. Налоговые системы и их роль в формировании доходов государственного

	бюджета. Прямые и косвенные налоги: их характеристика. Особенности современных налоговых реформ.
Раздел 5. Расходы бюджетной системы	<p>Сущность расходов государства.</p> <p>Расходы бюджетной системы РФ. Формы расходов. Классификации бюджетных расходов РФ: функциональная, экономическая, ведомственная. Основы планирования бюджетных расходов.</p> <p>Структура расходов бюджета РФ.</p>
Раздел 6. Сбалансированность бюджетной системы	<p>Сбалансированность бюджетной системы: дефицит и профицит бюджета государства. Государственные займы, кредиты, гарантии и поручительства.</p> <p>Понятие и виды государственного и муниципального долга в РФ.</p>
Раздел 7. Территориальные финансы	Сущность территориальных финансов. Структура территориальных финансов унитарных и федеративных государств. Территориальные финансы в моделях финансового федерализма.
Раздел 8. Внебюджетные специальные фонды	Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов: их состав и классификация. Государственные внебюджетные фонды РФ: их классификация, особенности формирования и принципы функционирования.
Раздел 9. Финансы коммерческих и некоммерческих организаций (предприятий)	Сущность и функции финансов коммерческих и некоммерческих организаций (предприятий).
Раздел 10. Финансы домашних хозяйств	<p>Финансы домашних хозяйств в системе финансовых отношений. Сущность финансов домашних хозяйств и их функции.</p> <p>Финансовые ресурсы домохозяйств, их состав. Кругооборот финансовых ресурсов в системе централизованных и децентрализованных финансов.</p>
Раздел 11. Управление финансами	<p>Современная система управления финансами. Понятие «управление финансами». Финансовый механизм, его сущность, закономерности развития, структура и элементы.</p> <p>Финансовая служба России по надзору за страховой деятельностью..</p>
Раздел 12. Финансовый контроль	Финансовый контроль в РФ, его значение в условиях рыночных отношений.
Раздел 13. Финансовая политика	Категория «финансовая политика»: содержание, значение и закономерности изменения. «Финансовая политика» в позитивной и нормативной теориях финансов.

Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
<b>1 семестр</b>	
Раздел 1. Identity	Тема 1.1. Грамматика: вопросительные формы; повтор времен глагола
	Тема 1.2. Лексика: словосочетания на тему «отношения»; лексика для прохождения собеседования
	Тема 1.3. Чтение: “Bilinguals: exotic birds or everyday people?”; “5 tips to help you do well at interviews”
	Тема 1.4. Аудирование: прослушать 3 собеседования и ответить на вопросы
	Тема 1.5. Говорение: важные этапы в жизни; разница между мужчиной и женщиной; симуляция собеседования
	Тема 1.6. Письмо: официальные и неофициальные письма
Раздел 2. Tales	Тема 2.1. Грамматика: времена Present Perfect, Past Simple; повествовательные времена
	Тема 2.2. Лексика: лексика на тему «новости»; предлоги; глаголы say/tell
	Тема 2.3. Чтение: “The world’s best-known conspiracy theories”
	Тема 2.4. Аудирование: подкаст о фильмах; новости
	Тема 2.5. Говорение: истории из жизни; пересказ новости
	Тема 2.6. Письмо: статья для газеты
Раздел 3. Future	Тема 3.1. Грамматика: будущее время (планы и предсказания)
	Тема 3.2. Лексика: показатели будущего времени; идиомы; лексика на тему «организация»
	Тема 3.3. Чтение: “A better world”; “Are you a planner or a procrastinator?”
	Тема 3.4. Аудирование: послушать разговор людей, делающих планы; послушать примеры недопониманий
	Тема 3.5. Говорение: обсуждение планов; предсказание будущих событий; объяснение недопониманий
	Тема 3.6. Письмо: письмо-предложение (proposal)
Раздел 4. Jobs	Тема 4.1. Грамматика: Модальные глаголы must, have to, should; Грамматические конструкции used to, would
	Тема 4.2. Лексика: тема «личностные качества», прилагательные крайней степени; бизнес
	Тема 4.3. Чтение: “You don’t have to be born rich to be a millionaire”
	Тема 4.4. Аудирование: разговор людей, чья работа мечты пошла не по плану; запись совещания на котором люди принимают решения
	Тема 4.5. Говорение: симуляция совещания; обсуждение привычек в прошлом; насколько важно становиться миллионером
	Тема 4.6. Письмо: сопроводительное письмо
Раздел 5. Solutions	Тема 5.1. Грамматика: сравнительная и превосходная степень прилагательных; вежливые просьбы
	Тема 5.2. Лексика: тема «технологии»; проблемы и их решение
	Тема 5.3. Чтение: Low tech solutions
	Тема 5.4. Аудирование: послушать разговор о решении технических проблем



Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
	Тема 5.5. Говорение: обсуждение изобретений за последние 100 лет; обсуждение проблем и их решений
	Тема 5.6. Письмо: эссе
<b>2 семестр</b>	
Раздел 1. Emotion	Тема 1.1. Грамматика: условные предложения 1 и 2 типа
	Тема 1.2. Лексика: тема «события жизни»; прилагательные с окончаниями –ed, -ing; словосочетания глагол + существительное
	Тема 1.3. Чтение: “The people watchers”
	Тема 1.4. Аудирование: радио программа о терапии
	Тема 1.5. Говорение: обсуждение эмоций; рассказ о реакциях в разных ситуациях
	Тема 1.6. Письмо: письмо с советом
Раздел 2. Success	Тема 2.1. Грамматика: времена Present Perfect Simple, Present Perfect Continuous; модальные глаголы возможности в настоящем и прошедшем времени
	Тема 2.2. Лексика: тема «успех»; глагольные фразы
	Тема 2.3. Чтение: “The human computer”
	Тема 2.4. Аудирование: послушать радио программу об успехе; разговор о памяти
	Тема 2.5. Говорение: обсуждение концепта «успех»; рассказ о своих способностях и возможностях
	Тема 2.6. Письмо: суммирование текста
Раздел 3. Communities	Тема 3.1. Грамматика: артикли; относительные придаточные предложения
	Тема 3.2. Лексика: тема «интернет»; выражения с “getting on”; составные существительные
	Тема 3.3. Чтение: “Neighbours: the good, the bad and the bizarre”; “The rise of YouTube”
	Тема 3.4. Аудирование: послушать описание онлайн сообществ; послушать как люди отзываются о своем опыте поездки в качестве гостя
	Тема 3.5. Говорение: описание своего района; сравнение видов деятельности в физическом мире и в интернете
	Тема 3.6. Письмо: обзор на вебсайт
Раздел 4. History	Тема 4.1. Грамматика: условные предложения 3 типа; активный и пассивный залог времен
	Тема 4.2. Лексика: тема «история»; описание людей
	Тема 4.3. Чтение: “Giant leaps”
	Тема 4.4. Аудирование: послушать описание прошедших десятилетий; послушать викторину об исторических деятелях
	Тема 4.5. Говорение: обсуждение важных исторических событий; составление и проведение викторины
	Тема 4.6. Письмо: написать статью для Википедии
Раздел 5. World	Тема 5.1. Грамматика: косвенная речь; глагольные сочетания
	Тема 5.2. Лексика: тема «окружающая среда»; словообразование при помощи приставок; глаголы для передачи чужих слов
	Тема 5.3. Чтение: “Ethical man”
	Тема 5.4. Аудирование: описание городов с лучшей кухней

Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
	Тема 5.5. Говорение: обсуждение на тему «сокращение пластиковых отходов»; рекомендация города по качеству кухни; попросить/дать совет о путешествии Тема 5.6. Письмо: обзор ресторана
<b>3 семестр</b>	
Раздел 1. Corporate culture	Тема 1.1. Грамматика: времена Past Simple, Past Continuous, Past Perfect; выражения should, ought to, it's good idea to
	Тема 1.2. Лексика: отделы компании, названия должностей, описание обязанностей
	Тема 1.3. Чтение: "Monkey business"
	Тема 1.4. Говорение: симуляция совещания
	Тема 1.5. Письмо: отчет о прохождении стажировки
	Тема 1.6. Кейс: "Counselling". Обсуждение, чтение, аудирование и письмо на тему «консультирование».
Раздел 2. Customer support	Тема 2.1. Грамматика: вопросы Yes/No, Wh-; модальные конструкции have to, might have to, need to
	Тема 2.2. Лексика: личностные качества, описание проблем, фразовые глаголы для разговора по телефону
	Тема 2.3. Чтение: "Manila calling"
	Тема 2.4. Говорение: решение проблем по телефону, симуляция технической проблемы по телефону
	Тема 2.5. Письмо: официальная и неофициальная переписка
	Тема 2.6. Кейс: "Cybertartan Software". Обсуждение, чтение, аудирование и презентация на тему «центр по обслуживанию клиентов в Шотландии»
Раздел 3. Products and packaging	Тема 3.1. Грамматика: относительные придаточные предложения, артикли, сочетания существительных
	Тема 3.2. Лексика: технические характеристики и описание товара; выражения для презентации товара
	Тема 3.3. Чтение: "Wrap rage"
	Тема 3.4. Говорение: презентация продукта
	Тема 3.5. Письмо: описание продукта
	Тема 3.6. Кейс: "Big Jack's Pizza". Обсуждение, чтение, аудирование и презентация на тему «сеть пицц в Гонконге»
<b>4 семестр</b>	
Раздел 1. Careers	Тема 1.1. Грамматика: времена Present Simple, Present Continuous, Present Perfect, Present Perfect Continuous
	Тема 1.2. Лексика: глаголы по теме «найм» и «трудоустройство»; навыки и качества работников
	Тема 1.3. Чтение: "Ten tips for creating a career that lights your life"
	Тема 1.4. Говорение: симуляция собеседования
	Тема 1.5. Письмо: резюме
	Тема 1.6. Кейс: "Gap years and career breaks". Чтение, аудирование и обсуждение на тему «стажировки во время академического отпуска и перерыв в карьере»
Раздел 2. Making deals	Тема 2.1. Грамматика: условные предложения 1 и 2 типа; грамматические конструкции с recommend, advise, suggest
	Тема 2.2. Лексика: словосочетания для ведения переговоров и продаж
	Тема 2.3. Чтение: "Retail finds its new best friend"

Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
	Тема 2.4. Говорение: предложения и совершение сделки; симуляция переговоров
	Тема 2.5. Письмо: предложение
	Тема 2.6. Кейс: “St John’s Beach Club”. Чтение, аудирование и обсуждение на тему «поощрительное путешествие в Антигуа»
Раздел 3. Company and community	Тема 3.1. Грамматика: пассивный залог; косвенная речь
	Тема 3.2. Лексика: лексика на тему «встречи», «этическое поведение»
	Тема 3.3. Чтение: “The Johnson & Johnson Credo”
	Тема 3.4. Говорение: симуляция деловой встречи
	Тема 3.5. Письмо: написание отчета
	Тема 3.6. Кейс: “Phoenix”. Чтение, аудирование и обсуждение на тему «завод по переработке машин в Австралии»

Наименование дисциплины	<i>Русский язык (как иностранный)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Корректировочный курс	Тема 1.1. Грамматические классы слов.
	Тема 1.2. Сочетаемость слов основных грамматических классов
	Тема 1.3. Имя существительное. Семантические группы существительных
	Тема 1.4. Глагол. Виды глагола. Глаголы движения. Причастие.
	Тема 1.5. Предложение. Субъект и предикат. Способы выражения субъекта. Модель предложения.
Раздел 2. Географическое положение объекта. Экономическое развитие объекта	Тема 2.1. Тексты о классификации понятий. Классы объектов. Признаки классификации. Представители классов объектов.
	Тема 2.2. Научная терминология. Термины дисциплин «Экономическая география и региональная экономика».
	Тема 2.3. Выражение субъектно-предикатных отношений. Конструкции с глаголами-связками, обозначающие квалификацию понятия, характеристику понятия. Действительные и страдательные конструкции.
Раздел 3. Определение понятия. Тексты о понятии и его признаках.	Тема 3.1. Свойства понятий. Общее понятие о свойстве, носители свойства, качественная характеристика свойства, количественная характеристика свойства, сфера применения свойства, обусловленность свойства, изменение свойства, оценка свойства, методы исследования свойства.
	Тема 3.2. Выражение объектных отношений. Конструкции с прямым и косвенным объектом.
Раздел 4. Тексты о процессах.	Тема 4.1. Общая характеристика процесса.
	Тема 4.2. Стадиальность процесса.

Наименование дисциплины	<i>Русский язык (как иностранный)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	10/360
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
	Тема 4.3. Обусловленность процесса
Раздел 5. Классификация объектов	Тема 5.1. Качественная характеристика объекта.
	Тема 5.2. Признаки/черты/особенности объекта.
	Тема 5.3. Свойства объекта. Функция объекта
Раздел 6. Тексты об исторических, общественных, социально-экономических процессах	Тема 6.1. Характеристики процессов.
	Тема 6.2. Выражение обстоятельственных отношений
Раздел 7. Познавательная деятельность человека	Тема 7.1. Тексты о познавательной деятельности человека и ее результатах. Тексты о человеке как общественном существе.
	Тема 7.2. Познавательная деятельность.

Наименование дисциплины	<i>Экономическая география</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Политическая карта мира	Тема 1.1. География в современном мире
	Тема 1.2. Политическая карта регионов мира
	Тема 1.3. Межгосударственные территориальные споры
	Тема 1.4 Типы стран современного мира
Раздел 2. География регионов и ключевых стран мира	Тема 2.1. География Европы
	Тема 2.2. География Азии
	Тема 2.3. География Америки и Океании
	Тема 2.4. География Африки
Раздел 3. География населения	Тема 3.1. Закономерности размещения населения мира
	Тема 3.2. Динамика численности населения стран и регионов мира
Раздел 4. География городов	Тема 4.1. Урбанизация как мировой процесс
	Тема 4.2. Экономическая и территориальная структура города
Раздел 5. География мирового хозяйства	Тема 5.1. География сельского хозяйства
	Тема 5.2. География промышленности мира
	Тема 5.3. География транспорта и сферы услуг
	Тема 5.4. Международное географическое разделение труда и региональная интеграция
Раздел 6. Территориальные закономерности экономического и политического развития	Тема 6.1. География выборов
	Тема 6.2. Территориальная справедливость и региональная политика

Наименование дисциплины	<i>Правоведение</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
<b>Содержание дисциплины</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теория государства и права.	Тема 1.1 Общая теория государства. Теории происхождения государства. Понятие и основные признаки государства. Форма государства.

	<p>Правовое государство.  Тема 1.2 Общая теория права  Понятие и сущность права.  Российское право и правовые семьи.  Норма права.  Источники права.  Система Российского права и ее структурные элементы.  Правоотношения.  Правомерное поведение, правонарушение и юридическая ответственность.  Международное право.</p>
Раздел 2. Основы конституционного права	<p>Тема 2.1 Основы конституционного строя Российской Федерации.  Конституция Российской Федерации.  Основы конституционного строя Российской Федерации.  Правовой статус личности в Российской Федерации.  Органы государственной власти в Российской Федерации.</p>
Раздел 3. Основы гражданского права	<p>Тема 3.1 Основы гражданского права.  Основные положения гражданского законодательства.  Гражданские права и обязанности: возникновение, осуществление и защита.  Граждане (физические лица) и юридические лица как субъекты гражданского права.  Объекты гражданских прав.  Тема 3.2 Право собственности (Право собственности и другие вещные права).  Понятие и содержание права собственности.  Основания и способы возникновения (приобретения) права собственности.  Основания и способы прекращения права собственности.  Защита права собственности и других вещных прав.  Тема 3.3 Обязательства и договоры  Понятие, стороны и основания возникновения обязательств.  Надлежащее исполнение обязательств.  Обеспечение исполнения обязательств.  Ответственность за нарушение обязательств.  Прекращение обязательств.  Понятие и условия договора.  Заключение договора.  Изменение и расторжение договора.</p>
Раздел 4. Основы семейного права	<p>Тема 4.1 Основы семейного права.  Общая характеристика семейного права.  Условия и порядок заключения брака.  Прекращение и (недействительность) признание брака недействительным.  Права и обязанности супругов.  Права несовершеннолетних детей.  Алиментные обязательства.</p>
Раздел 5. Основы трудового права	<p>Тема 5.1 Основы трудового права. Понятие, основания возникновения и стороны трудовых отношений.  Трудовой договор.  Рабочее время и время отдыха.  Дисциплина труда и ответственность за ее нарушение.</p>

	Защита трудовых прав граждан.
Раздел 6. Административная ответственность РФ. Основы уголовного права РФ.	Тема 6.1 Административное правонарушение и административная ответственность. Субъекты административных отношений. Административное правонарушение и административная ответственность. Тема 6.2 Основы уголовного права. Понятие, предмет и система уголовного права. Уголовный закон. Преступление и уголовная ответственность. Категории и виды преступлений. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Система наказаний по уголовному праву.
Раздел 7. Основы экологического права РФ.	Тема 7.1 Основы экологического права РФ Общая характеристика экологического права. Государственное регулирование экологического права. Законодательное регулирование и международно-правовая охрана окружающей природной среды. Особенности регулирования отдельных видов деятельности.

Наименование дисциплины	<i>Экономика предприятия</i>
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Экономика предприятия. Часть 1	Тема 1.1. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности. Внутренняя и внешняя среда предприятия.
	Тема 1.2. Производственный процесс на предприятии. Организационно-управленческая структура предприятия.
	Тема 1.3. Ресурсы предприятия и их эффективное использование. Основные фонды и нематериальные активы предприятия. Оборотные фонды предприятия.
	Тема 1.4. Персонал, производительность и оплата труда.
	Тема 1.5. Издержки производства и себестоимость продукции. Ценообразование.
	Тема 1.6. Прибыль и рентабельность предприятия
	Раздел 2. Экономика предприятия. Часть 2
Тема 2.2. Инвестиционная и инновационная деятельность предприятия.	
Тема 2.3. Роль качества в повышении конкурентоспособности предприятия	
Тема 2.4. Организация маркетинговой деятельности на предприятии.	
Тема 2.5. Логистика на предприятии.	
Тема 2.6. Риски в деятельности предприятия и управление ими.	
Тема 2.7. Антикризисное управление. Процедура банкротства предприятия.	

Наименование дисциплины	<i>Экономико-математическое моделирование</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы экономико-математического моделирования	Тема 1.1. Предмет и содержание курса. Понятие и типы моделей
Раздел 2. Методы моделирования потребительского поведения и производственных систем	Тема 2.1. Модели потребительского потребления и спроса
	Тема 2.2. Моделирование производственных систем Линейная модель прибыли. Точка безубыточности. Нелинейная модель прибыли, зона безубыточности, оптимальный объём производства
Раздел 3. Оптимизационные модели в экономике	Тема 3.1. Оптимизационные модели. Геометрический (графический) метод решения задач линейного программирования. Симплекс-метод. Прямая и двойственная задачи
	Тема 3.2. Оптимизационные модели раскроя материалов
	Тема 3.3. Оптимизационные модели оптимального смешения
	Тема 3.4. Оптимизационные транспортные задачи
	Тема 3.5. Оптимизационные модели управления запасами
Раздел 4. Методы исследования операций	Тема 4.1. Основы теории игр

Наименование дисциплины	<i>Управление человеческими ресурсами</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
История и методология науки «управление человеческими ресурсами»	Тема 1. Эволюция научной мысли в области управления человеческими ресурсами Тема 2. Методологические основы управления человеческими ресурсами
Разработка кадровой политики организации	Тема 3. Диагностическая модель управления человеческими ресурсами Тема 4. Кадровая политика организации
Обеспечение персоналом организации	Тема 5. Современное состояние и тенденции развития рынка труда. Управление занятостью. Тема 6. Кадровое планирование Тема 7. Определение потребности в персонале Тема 8. Набор персонала Тема 9. Отбор персонала
Развитие персонала организации	Тема 10. Адаптация персонала Тема 11. Обучение и развитие персонала организации Тема 12. Планирование и развитие карьеры
Эффективность управления человеческими ресурсами	Тема 13. Оценка персонала Тема 14. Кадровый аудит

Наименование дисциплины	<i>Методы принятия управленческих решений</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел I. Сущность и функции управленческого решения	Тема 1. Менеджмент как процесс принятия управленческих решений Тема 2. Процесс разработки, принятия и реализации управленческих решений. Тема 3. Моделирование и модели принятия решений. Тема 4. Методы диагностики проблем. Тема 5. Методы принятия решений и оценки альтернатив.
Раздел II. Организация разработки и реализации управленческих решений	Тема 6 Методы планирования и реализации управленческих решений. Тема 7. Контроль реализации управленческих решений. Тема 8. Информационно-аналитическая поддержка процессов разработки и принятия управленческих решений. Тема 9. Эффективность управленческих решений.

Наименование дисциплины	<i>Управление проектами</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические аспекты управления проектами	Тема 1. Введение в «Управление проектами» Тема 2. Характеристики проекта как объекта управления Тема 3. Участники проекта и окружение проекта.
Раздел 2. Разработка и внедрение проекта.	Тема 4. Инициация и планирование проекта Тема 5. Экспертная оценка в системе управления проектом Тема 6. Разработка плана и расписания проекта Тема 7. Сетевые методы планирования в управлении проектом. Тема 8. Планирование и управление ресурсами проекта Тема 9. Управление качеством проекта Тема 10. Управление рисками проекта Тема 11. Управление контрактами проекта Тема 12. Управление коммуникациями проекта
Раздел 3. Прикладные аспекты управления проектом	Тема 13. Анализ эффективности реализации проекта Тема 14. Информационные технологии и программное обеспечение процесса управления проектами Тема 15. Современные проблемы и тенденции развития управления проектами

Наименование дисциплины	<i>Методы исследования рынка</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Показатели оценки рыночной деятельности компании.	Тема 1. Информация, как один из управленческих ресурсов. Виды и классификация: классификационная, топологическая и метрическая информация. Тема 2. Качественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки.



	Тема 3. Количественная информация и принципы работы с ней. Методы обработки информации.
Раздел 2. Методы качественного анализа.	Тема 4. Методы и модели анализа информации. Общая характеристика методов: субъективные и объективные методы. Классификация методов по Ж.Ламбену. Критерии и алгоритм выбора метода.
	Тема 5. Группы экспертных методов 1го порядка. Интуитивный прогноз, методы интроспекции и аналогий. Проекционные методы. Фокус-группы и глубинные интервью. Область применения.
	Тема 6. Группы экспертных методов 2го порядка. Экспертный анализ. Разработка экспертных форм. Критерий успешности проекта.
	Тема 7. Морфологический анализ. Модели и матрицы оценки рынка, их многообразии и развитии. Портфельный анализ.
Раздел 3. Количественные и комбинированные методы анализа.	Тема 8. Эвристические, экстраполяционные и экспликативные методы. Метод декомпозиции явления. Компенсаторные модели с использованием весовых коэффициентов.
	Тема 9. Стохастические методы. Цепи Маркова в маркетинговом анализе.
	Тема 10. Прогнозирование на основе динамических рядов и экстраполяции.
	Тема 11. Оценка факторов влияния на показатели спроса на продукцию фирмы. Регрессионный анализ.
	Тема 12. Методы сценариев. «Дорожные карты», как инструмент маркетингового анализа.
Раздел 4. Прикладные аспекты анализа	Тема 13. Анализ внешней среды предприятия. Макропараметры. Анализ экономической привлекательности региона.
	Тема 14. Анализ финансового состояния предприятия.

Наименование дисциплины	<i>Лидерство</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	<u>3/108</u>
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы лидерства	Тема 1. Введение в курс
	Тема 2. Природа возникновения феномена лидерства
	Тема 3. Власть и лидерство
Раздел 2. Модели лидерства	Тема 4. Традиционные концепции лидерства
	Тема 5. Основные модели лидерства
	Тема 6. Ситуационное лидерство
	Тема 7. Атрибутивное лидерство
Раздел 3. Лидер и команда	Тема 8. Лидерство и эффективное командообразование
	Тема 9. Лидерство в изменениях
	Тема 10. Эмоциональное лидерство

	Тема 11. Интеллектуальное лидерство
	Тема 12. Лидерство и искусство управления конфликтами
Раздел 4. Коучинговый подход в лидерстве	Тема 13. Коучинг-подход как инструмент современного лидера

Наименование дисциплины	<i>Корпоративная социальная ответственность</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности	Тема 1. Эволюция корпоративной социальной ответственности Тема 2. Основные понятия и содержание корпоративной социальной ответственности Тема 3. Аргументы «за» и «против» корпоративной социальной ответственности Тема 4. Индексы и индикаторы корпоративной социальной ответственности
Раздел 2. Социальные инвестиции	Тема 5. Понятия «благотворительность» и «социальные инвестиции», основные различия Тема 6. Направленность и эффективность социальных инвестиций
Раздел 3. Корпоративная социальная ответственность: стандартизация и развитие внешних сообществ	Тема 7. Понятие и цель стандартизации Тема 8. Стандарты в области корпоративной социальной ответственности: ISO 26000: 2010, Серия стандартов AccountAbility (AA1000) Тема 9. Стандарты в области корпоративной социальной ответственности: SA 8000:2008 «Социальная отчетность», Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI. Тема 10. Глобальный договор ООН, Социальная хартия российского менеджмента, Ассоциация менеджеров РФ Тема 11. Нефинансовые отчеты
Раздел 4. Современное состояние корпоративной социальной ответственности	Тема 12. Отражение проблем КСО в теории стратегического управления. Принципы КСО Тема 13. Модели корпоративной социальной ответственности
Раздел 5. Основные механизмы и инструменты установления социально-ответственных отношений	Тема 14. Социальная ответственность менеджеров, работников, работодателей Тема 15. Корпоративная социальная политика, этические нормы в контексте корпоративной социальной ответственности Тема 16. Корпоративная социальная ответственность в контексте межкультурной среды

Наименование дисциплины	<i>Маркетинговые исследования</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	7/252
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>

Раздел 1. Организация маркетинговых исследований в компании	Тема 1. Цель и задачи маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований.
	Тема 2. Процесс маркетингового исследования и определение потребности в маркетинговом исследовании.
	Тема 3. Информация в маркетинговых исследованиях
Раздел 2. Методы маркетинговых исследований	Тема 4. Виды и методы маркетинговых исследований
	Тема 5. Наблюдение в маркетинговых исследованиях
	Тема 6. Использование «фокус-группы» в маркетинговых исследованиях
	Тема 7. Опрос в маркетинговом исследовании
	Тема 8. Панельный метод в маркетинговых исследованиях
	Тема 9. Эксперимент в маркетинговом исследовании
Раздел 3. Оформление результатов маркетинговых исследований	Тема 10. Разработка выборочного плана и определение ошибки выборки. Определение необходимой численности выборки
	Тема 11. Подготовка заключительного отчета о проведении исследования
	Тема 12. Экспертная оценка. Оценка компетентности эксперта.

Наименование дисциплины	<i>Управление продуктом</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Товар, как элемент комплекса маркетинга	Тема 1.1 Введение в дисциплину. Модель продукта, как элемента комплекса маркетинга. Классификация продукта.
	Тема 1.2. Качество товара. Потребительское и технологическое качество товара. Рациональные и эмоциональные свойства. Стандарты качества. Классификационные стандарты.
Раздел 2. Анализ товарных рынков. Оценка спроса и предложения.	Тема 2.1. Общее понятие конъюнктуры рынка. Определение наиболее привлекательных сегментов рынка. Жизненный цикл продукт. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла.
	Тема 2.2. Изучение условий конкуренции на рынке. Виды м модели конкуренции. Выявление значимых конкурентов. Формирование конкурентного преимущества. Ключевые и критические факторы успеха.

	Тема 2.3. Анализ продаж продукта. Характеристика спроса, его оценки в натуральном и денежном выражении. Определение необходимого объема продаж.
	Тема 2.4. Сегментация рынка. Выявление основных критериев сегментации. Анализ привлекательности рыночного сегмента.
Раздел 3. План маркетинга по продукту.	Тема 3.1. Стратегии продукта. Виды и условия применения. Позиционирование и пере позиционирование продукта. Вывод новых продуктов на рынок.
	Тема 3.2. Марочная политика компании. Роль бренда при формировании продуктовой политики. Виды марочных стратегий. Их применение. Формирование коммерческого предложения.
	Тема 3.3. Распределение и продвижение продукта на рынок. Виды каналов распределения. Значение электронных каналов. Условия работы маркетплейсов.
	Тема 3.4. Планирование маркетинга и разработка плана маркетинга по товару.

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Отраслевой маркетинг	Тема 1. Анализ внешней среды отраслевого маркетинга в коммерческом, государственном и некоммерческом секторе в России.
	Тема 2. Особенности маркетинга на производстве. Организация маркетинговой службы производственной компании
Раздел 2. Маркетинг производств с высокой долей государства	Тема 3. Маркетинг продукции военного назначения
	Тема 4. Маркетинг сельскохозяйственной продукции. Агрорынок.
Раздел 3. Маркетинг в высоких технологиях и торговле ими	Тема 5. Маркетинг продукции высоких технологий. Маркетинг нанотехнологий.
	Тема 6. Концепция маркетинга в сфере обращения. Основные факторы конкурентоспособности маркетинга в торговле.
Раздел 4. Маркетинг в сфере обращения товаров	Тема 7. Маркетинг в складском хозяйстве.
	Тема 8. Маркетинговые стратегии в сфере обращения
	Тема 9. Ценовая политика в сфере торговли.

Наименование дисциплины	<i>Брендинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6/216
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Формирование бренда и брендинга в компании	Тема 1. Введение в дисциплину
	Тема 2. Брендинг в современных условиях.
	Тема 3. Подготовительная стадия брендинга.
	Тема 4. Проективная стадия брендинга.
Раздел 2. Управление брендом в компании	Тема 5. Продвижение бренда на рынок
	Тема 6. Марочные стратегии
	Тема 7. Архитектура брендов в компании и их каннибализм
	Тема 8. Марочный капитал бренда и проблемы оценки его стоимости
	Тема 9. Управление лояльностью к бренду
Раздел 3. Брендинг в России и в мире	Тема 10. Правовая защита бренда
	Тема 11. Брендинг в современной России. Основные проблемы продвижения отечественных брендов.

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг взаимоотношений и партнёрства</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Концептуальные основы маркетинга взаимодействия	Тема 1.1. Введение. Основные понятия и определения.
	Тема 1.2. Концепция системы работы с клиентами.
	Тема 1.3. Классификация клиентов. Пирамида клиентов.
	Тема 1.4. Информационное обеспечение маркетинга взаимоотношений.
Раздел 2. Стратегия маркетинга взаимоотношений и партнерства.	Тема 2.1. Маркетинговый комплекс маркетинга взаимоотношений.
	Тема 2.2. Брендинг в системе маркетинга взаимоотношений.
	Тема 2.3. Средства коммуникации маркетинга взаимоотношений.
	Тема 2.4. Удовлетворенность и лояльность клиента.
Раздел 3. Планирование программы лояльности	Тема 3.1. Программа повышения лояльности клиента.
	Тема 3.2. Система партнерства в цепочке создания ценности.

	Тема 3.3. Анализ эффективности маркетинга взаимоотношений.
	Тема 3.4. Завершение программы лояльности.

Наименование дисциплины	<i>B2B маркетинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Характеристика особенностей промышленного рынка	Тема 1. Сущность промышленного маркетинга
	Тема 2. Типология продукции промышленно-технического назначения
	Тема 3. Промышленные рынки
	Тема 4. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке
Раздел 2. Формирование и анализ товарной политики на промышленном рынке	Тема 5. Товарная политика на промышленном рынке
	Тема 6. Портфолио-анализ на промышленном рынке
	Тема 7. ABC-анализ на промышленном рынке
	Тема 8. Формирование цены на промышленном рынке
	Тема 9. Маркетинговое планирование на промышленном рынке
Раздел 3. Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном рынке	Тема 10. Процесс покупки в промышленной среде.
	Тема 11. Сегментирование на промышленном рынке.
	Тема 12. Организация системы сбыта на промышленных рынках.
	Тема 13. Управление каналами сбыта на промышленных рынках. Тема 14. Региональная маркетинговая политика на промышленном рынке
Раздел 4. Политика продвижения на промышленном рынке	Тема 15. Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке
	Тема 16. Проведение конференций на промышленном рынке
	Тема 17. Событийный маркетинг на промышленном рынке.
	Тема 18. Выставки на промышленном рынке

Наименование дисциплины	<i>Международный маркетинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы международного маркетинга	Тема 1. Международный маркетинг: базовые определения
	Тема 2. Эволюция международного маркетинга
	Тема 3. Интернационализация компаний как фактор развития международного маркетинга
	Тема 4. Роль ТНК в развитии международного маркетинга
Раздел 2. Международная маркетинговая среда и ее особенности	Тема 5. Глобальная маркетинговая среда
	Тема 6. Международная политико-правовая среда
	Тема 7. Международная экономическая и финансовая среда
	Тема 8. Международная социокультурная среда
Раздел 3. Особенности исследований в международном маркетинге	Тема 9. Международные маркетинговые исследования
	Тема 10. Стратегии проникновения и формы закрепления компании на международных рынках
Раздел 4. Комплекс международного маркетинга	Тема 11. Товарная политика в международном маркетинге.
	Тема 12. Особенности ценообразования в международном маркетинге
	Тема 13. Сбытовая политика в международном маркетинге
	Тема 14. Коммуникационная политика в международном маркетинге.
Раздел 5. Современные тенденции международного маркетинга	Тема 15. Международный маркетинг услуг
	Тема 16. Особенности управления международной маркетинговой деятельностью. Стратегическое планирование в международном маркетинге
	Тема 17. Современные тенденции в международном маркетинге

Наименование дисциплины	<i>Поведение потребителей</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные подходы и факторы влияния на поведения потребителей	Тема 1 Теоретические основы потребительского поведения. Поведение потребителей и маркетинг. Эволюция роли потребителей в маркетинге.
	Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребителей. Влияние культуры на поведение потребителей. Разнообразие культур и глобализация потребления. Значение референтных групп в поведении потребителей. Роль семьи и домохозяйства. Социальная стратификация, социальный статус и потребление.
	Тема 3 Внутренние факторы влияния на поведение потребителей. Восприятие и обработка информации. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Психографика профиля потребителей.
Раздел 2. Этапы поведения потребителей	Тема 4. Характеристика процесса принятия решения о покупке на потребительском и деловом рынках. Ситуационные факторы в процессе принятия решения. Типы ситуаций и факторы ситуационного влияния.
	Тема 5. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск. Процесс осознания потребителем потребности в товаре.
	Тема 6. Принятие решения о покупке. Определение вариантов выбора. Воображаемый набор.
	Тема 7. Поведение потребителей после покупки. Поведение в процессе потребления. Опыт, нормы и ритуалы потребления.
	Тема 8. Модели поведения потребителей, ориентированные на выгоду, имидж, поведенческие аспекты. Типы покупок (полностью запланированная, частично запланированная, незапланированная). Характеристика факторов, влияющих на покупку.
Раздел 3. Модели коммуникации с потребителем.	Тема 9. Коммуникации с потребителем. Основные средства коммуникации с клиентом. Их применение, слабые и сильные стороны. Учет модели поведения потребителей при выборе средств коммуникаций с клиентом. Планы маркетинга по продвижению товара.

Наименование дисциплины	<i>Маркетинговые коммуникации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Расширение границ маркетинговой деятельности: переход от традиционного к персонализированному подходу	1.1. Понятие интегрированных коммуникаций. Интегрированный подход к управлению коммуникациями.  Комплекс маркетинговых коммуникаций и его основные составляющие: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямой маркетинг.



Наименование дисциплины	<i>Маркетинговые коммуникации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
	1.2. Социально-правовые аспекты деятельности в области интегрированных коммуникаций.
Раздел 2. Коммуникативный микс как элемент комплекса маркетинга	2.1. Структура и особенности современного процесса интегрированных коммуникаций. Структура современного процесса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные субъекты рынка коммуникаций..
	2.2. Мировой и российский рынок интегрированных коммуникаций и основные тенденции его развития. Основные показатели коммуникационного рынка.
	2.3. Планирование стратегии интегрированных коммуникаций. Разработка стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций и ее компоненты.
Раздел 4. Технологии внедрения	4.1. Стимулирование сбыта. Методы продвижения в розничной торговле.  Понятие стимулирования сбыта.
	4.2. Прямой маркетинг в системе интегрированных коммуникаций.  Понятие прямого маркетинга. Прямой маркетинг в системе интегрированных коммуникаций, основные функции.
	4.3. Интернет в системе интегрированных коммуникаций.  Развитие Интернета и его использование как канала интегрированных коммуникаций.
	4.4. Партизанский маркетинг в системе интегрированных коммуникаций.  Понятие партизанского маркетинга и особенности его применения в системе интегрированных коммуникаций.

Наименование дисциплины	Стратегический маркетинг
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы

Раздел 1. Роль стратегического маркетинга в управлении компанией и организацией	Тема 1. Роль маркетинга в системе управления фирмой
	Тема 2. Внешняя маркетинговая среда и условия эффективного управления фирмой
	Тема 3. Соотношение корпоративной, бизнес- и функциональных маркетинговых стратегий.
Раздел 2. Функциональные маркетинговые стратегии	Тема 4. Товарная маркетинговая стратегия
	Тема 5. Управление товарным ассортиментом
	Тема 6. Ценовая маркетинговая стратегия
	Тема 7. Организация продаж и дистрибьюции
	Тема 8. Маркетинговая логистика
	Тема 9. ATL-стратегия
	Тема 10. BTL-стратегия
Раздел 3. Разработка и реализация плана (программы) стратегического маркетинга.	Тема 11. Алгоритм разработки плана стратегического маркетинга
	Тема 12. Разработка плана стратегического маркетинга
	Тема 13. Реализация плана стратегического маркетинга

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг продаж</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Организация системы продаж	Тема 1. Товар. Конкурентное преимущество товара. Каналы сбыта.
	Тема 2. Орг.структура. Найм и обучение персонала. Руководитель службы продаж. Мотивация персонала.
	Тема 3. Процесс продаж. Стратегические цели компании. Структура управления продажами.
Раздел 2. Клиент в системе продаж	Тема 4. Структура процесса покупки.
	Тема 5. Воронка продаж.
	Тема 6. Сегментация клиентов.
	Тема 7. Управление ключевыми клиентами.
	Тема 8. Клиентоориентированность.
	Тема 9. Коммерческое предложение.

Раздел 3. Управление системой продаж	Тема 10. Система управления, ее основные функции и цели.
	Тема 11. Планирование. Формирование плана продаж.
	Тема 12. Управление клиентами. Бизнес план.

Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык (продвинутый уровень)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Management	Тема 1.1. Чтение: “What is management?”
	Тема 1.2. Аудирование: послушать разговор студентов MBA “What makes a good manager?”
	Тема 1.3. Говорение: Кейс “Selecting a Chief Operating Officer”.
	Тема 1.4. Письмо: суммирование; email
Раздел 2. Work and Motivation	Тема 2.1. Чтение: “Theory X and Theory Y; Satisfiers and motivators”
	Тема 2.2. Аудирование: послушать и обсудить способы мотивации персонала менеджерами “Managers and motivation”
	Тема 2.3. Говорение: Кейс “A car manufacturer”
	Тема 2.4. Письмо: суммирование; email
Раздел 3. Company structure	Тема 3.1. Чтение: “Wikinomics and the future of companies”; “Company structure”
	Тема 3.2. Аудирование: послушать программу о крупных и мелких компаниях
	Тема 3.3. Говорение: презентация компании
	Тема 3.4. Письмо: составление плана презентации
Раздел 4. Managing across cultures	Тема 4.1. Чтение: “Managing across cultures”
	Тема 4.2. Аудирование: послушать программу о менеджерах, власти и культурном разнообразии
	Тема 4.3. Говорение: Симуляция «приветствие коллег из США»
	Тема 4.4. Письмо: автобиография
Раздел 5. Recruitment	Тема 1.1. Чтение: “Filling a vacancy”; “Job applications”
	Тема 5.2. Аудирование: послушать советы профессора John Antonakis о прохождении собеседования
	Тема 5.3. Говорение: симуляция собеседования
	Тема 5.4. Письмо: резюме
Раздел 6. Women in business	Тема 6.1. Чтение: “You’re fired”
	Тема 6.2. Аудирование: послушать интервью писательницы Alison Maitland о женщинах в бизнесе
	Тема 6.3. Говорение: симуляция на тему “Do we need more women managers?”
	Тема 6.4. Письмо: email
Раздел 7. The different sectors of the economy	Тема 7.1. Чтение: “Another cup of tea”; “Manufacturing and services”
	Тема 7.2. Аудирование: послушать бизнес новости
	Тема 7.3. Говорение: дискуссия на тему “Your place in the economy”
	Тема 7.4. Письмо: придумать и написать новость в сфере бизнеса

Наименование дисциплины	<i>Русский язык как иностранный (продвинутый уровень)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Структурные особенности научного экономического текста. Разновидности жанров письменных научных текстов. Первичные и вторичные научные тексты.	Тема 1.1. Структурные особенности научного экономического текста. Объект (понятие, процесс, свойство, функции и т.д.) и его признаки. Типовая логико-смысловая схема текста. Подклассы понятий. Принадлежность понятия к подклассу.
	Тема 1.2. Расширение, сужение, конкретизация темы текста. Учебно-речевые ситуации на уроках устной практики русского языка
	Тема 1.3. Научная терминология. Семантический потенциал аффиксов. Словообразование. Морфология. Состав слова.
Раздел 2. Типы текстов. Специфика языка научных текстов. Тема и подтема как объект рассмотрения в научном тексте экономических специальностей	Тема 2.1. Слово-тема и его подтемы: объект и его признаки типы понятия, формы понятия и т.п. Развитие темы текста. Заголовочные структуры. Типовые формы. Термин и его дистрибуция.
	Тема 2.2. Структура понятия. Качественные и количественные характеристики понятия. Экономический дискурс. Характеристика процесса, свойства. Сущность (содержание понятия). Отношения сопоставления и противопоставления объектов.
	Тема 2.3. Лексико-грамматические структуры. Научный стиль речи. Грамматический аспект. Грамматические классы слов. Работа над словом как единицей лексики. Способы семантизации экономической лексики.
Раздел 3. Построение монологического высказывания (доклад, сообщение, научный отчет). Тезирование. Реферирование	Тема 3.1. Корректировка предложно-падежной парадигмы русского языка; основные падежные значения. Экономический дискурс. Наличие качественного/ количественного признака.
	Тема 3.2. Функция. Атрибут. Категории рода, числа, падежа; формообразование. Употребление падежей. Типовая логико-смысловая схема текста. Идентификация функции предмета. Сущность функции понятия. Обусловленность функции понятия
	Тема 3.3. Согласование. Разряды. Полные и краткие формы. Функции в предложении. Глагольные и именные словосочетания и их трансформация. Характеристика предмета, явления, понятия по его действию

Наименование дисциплины	<i>Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера</i>
Объём дисциплины	2/72
Краткое содержание дисциплины	
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
Раздел 1. Основные понятия и принципы	<i>1.1. ИКТ в бизнесе и менеджменте</i>
	<i>1.2. Виды интеллекта</i>

	<i>1.3 Как способен мыслить искусственный интеллект в наше время.</i>
Раздел 2. Искусственный интеллект и его применение	<i>2.1.Тест Тьюринга</i>
	<i>2.2. Направления и методы применения искусственного интеллекта в современной жизни.</i>
Раздел 3. Построение искусственного интеллекта	<i>3.1. Методы построения нейросетей.</i>
	<i>3.2. Порядок и параметры обучения искусственного интеллекта</i>

Наименование дисциплины	«Тайм-менеджмент»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы Тайм-менеджмента	Тема 1.1. Введение в предмет и проблематизация.
	Тема 1.2. Целеполагание и методы постановки профессиональных целей.
	Тема 1.3. Тайм-менеджмент и самоконтроль
Раздел 2. Тайм-менеджмент в индивидуальной и командной работе.	Тема 2.1. Тайм-менеджмент в индивидуальной работе.
	Тема 2.2. Тайм-менеджмент в командной работе.
	Тема 2.3. Нетворкинг
Раздел 3. Развитие навыков личной эффективности	Тема 3.1. Планирование карьеры.
	Тема 3.2. IT решения для оптимизация личной и совместной работы.
	Тема 3.3. Agile методология и проектный подход к работе.

Наименование дисциплины	<i>Навыки и современные технологии презентаций</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение в презентацию	Тема 1: Основные этапы коммуникационного процесса
	Тема 2. Понятие презентации.
Раздел 2. Инструменты создания презентаций	Тема 3: Традиционные технические средства презентации
	Тема 4: основные программные инструменты. презентаций
	Тема 5. Использование компьютерных программ подготовки презентаций Mac OS и Prezi.
Раздел 3. Планирование и реализация презентаций	Тема 6. Подготовка презентации. Концепция и цель выступления.
	Тема 7. Проведение презентации.
	Тема 8. Навыки публичного выступления.

Наименование дисциплины	<i>Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел I. Основы теории убеждения в бизнесе.	Тема 1. Элементы системы убеждения в бизнесе. Социально-психологические основы убеждения. Тема 2. Как добиться убедительности? Базовые элементы убедительного сообщения: знания, чувства, желание, умение.). Тема 3. Как добиться содержательности?
Раздел II. Презентации как способ и форма убеждения.	Тема 4. Презентация как аудио-визуальная система. Виды презентаций, специфика и условия их применения. Тема 5. Мультимедийные средства и технологии конструирования презентаций. Тема 6. Структура и процесс презентации.
Раздел III. Корпоративный сторителлинг.	Тема 7. Корпоративный сторителлинг в системе коммуникационного менеджмента. Тема 8. Сторителлинг как медиа технология. Тема 9. Приемы визуализации рассказа в процессе презентации.

Наименование дисциплины	<i>Современная промышленная политика</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. ПП как функция госрегулирования экономики..	Эволюция госрегулирования в условиях глобализации. Безопасность и развитие
Раздел 2. Концепция «новой индустриализации России».	Выбор приоритетов. Модернизационный потенциал российской промышленности. Программа перевооружения ВС РФ до 2020г. Роль инноваций. Создание РНИС – Российской национальной инновационной системы.
Раздел 3. Теоретические и методологические основы ПП.	Смысл и содержание понятия «ПП»
Раздел 4. Законодательная база ПП в России.	Федеральные законы. Подзаконные акты.
Раздел 5. Концептуальные аспекты ПП России.	Идеология ПП. Модели ПП
Раздел 6. Основные направления структурной перестройки промышленности России	Преодоление «сырьевого крена». Поддержка наукоемких отраслей.
Раздел 7. Проектное управление.	Проект как инструмент ПП. Типы проектов. Проектное управление и инновационная политика.

Тема 8. Традиционные инструменты ПП.	Стимулирование частных инвестиций. Защита внутреннего рынка. Поддержка экспорта. Импортозамещение.
--------------------------------------	--

Наименование дисциплины	Иностранный язык делового общения
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Реферирование специализированных текстов на тему "Corporate life"	Тема 1.1. разбор и реферирование статьи на тему "Start-up"
	Тема 1.2. разбор и реферирование статьи на тему "Investment and funding"
	Тема 1.3. разбор и реферирование статьи на тему "Corporate ethics"
	Тема 1.4. разбор и реферирование статьи на тему "Managing employees"
Раздел 2. Реферирование специализированных текстов на тему "Trade"	Тема 2.1. разбор и реферирование статьи на тему "Climate change and International trade"
	Тема 2.2. разбор и реферирование статьи на тему "Globalization impacts on trade and employment"
	Тема 2.3. разбор и реферирование статьи на тему "Insider trading situation in 2017"
	Тема 2.4. разбор и реферирование статьи на тему "Cultural differences in Business and Trade"
Раздел 3. Реферирование специализированных текстов на тему "Marketing"	Тема 3.1. разбор и реферирование статьи на тему "Content Marketing"
	Тема 3.2. разбор и реферирование статьи на тему "Advertising and promotion"
	Тема 3.3. разбор и реферирование статьи на тему "Customer satisfaction"
	Тема 3.4. разбор и реферирование статьи на тему "Public and media relations"

Наименование дисциплины	<i>Русский язык делового общения</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Культура речи	Тема 1.1. Культура речи как компонент культуры в целом. Культурный человек. Сущность языка как универсальной знаковой системы. Основные единицы языка. Качества хорошей речи.
	Тема 1.2. Речь как процесс речевой деятельности. Виды речевой деятельности
	Тема 1.3. Речевая культура и словари. Понятие о лексике русского языка (лексикологии, лексикографии). Словарная статья.
	Тема 1.4. Синонимы и антонимы в современной речи. Омонимия и паронимия русского языка. Русская фразеология и выразительность речи. Экономическая лексика в контексте профессионального образования экономиста

Наименование дисциплины	<i>Русский язык делового общения</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 2. Нормы современной русской речи	Тема 2.1. Понятие языковой нормы. Признаки нормы. Динамичность и историческая изменчивость норм. Норма и речевой вкус. Основные типы норм
	Тема 2.2. Орфоэпические и лексические нормы.
	Тема 2.3. Морфологические нормы.
	Тема 2.4. Синтаксические нормы.
	Тема 2.5. Коммуникативные нормы
Раздел 3. Текст. Стили речи	Тема 3.1. Функциональные стили речи. Текст как продукт речевой деятельности. Текст и его структура. Функционально-смысловые типы речи
	Тема 3.2. Научный стиль, его особенности. Жанры учебно-научной речи
	Тема 3.3. Особенности официально-делового стиля и его подстилей.
	Тема 3.4. Публицистический стиль и его особенности

Наименование дисциплины	<i>Креативность и инновации в бизнесе</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Креативность как явление и процесс	Тема 1. Понятие креативности, ее источники и барьеры
	Тема 2. Взаимосвязь креативности и инноваций
Раздел 2 Методика формирования и развития креативности	Тема 3. Создание и поддержание креативной среды
	Тема 4. Источники и виды креативности
	Тема 5. Технологии выработки креативных решений и креативные методы решения инновационных задач.
Раздел 3 Креативность для развития бизнеса	Тема 6 Управление трансформацией бизнеса: синектика
	Тема 7. Система принятия креативных решений в бизнес-организациях

Наименование дисциплины	Деловые коммуникации
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение. Основные принципы деловых коммуникаций	Тема 1. Понятие и формы делового общения.
	Тема 2. Коммуникации в деловом общении
	Тема 3. Психологическая основа деловых коммуникаций
	Тема 4. Логические принципы деловых коммуникаций
Раздел 2. Вербальные коммуникации. Основные формы речевого взаимодействия	Тема 5. Вербальные коммуникации: Деловая риторика
	Тема 6. Вербальные коммуникации: Деловая беседа



	Тема 7. Вербальные коммуникации: Деловое совещание как форма регулярного взаимодействия
	Тема 8. Вербальные коммуникации: Спор в ходе деловой коммуникации
	Тема 9. Конфликт в деловом взаимодействии
	Тема 10. Вербальные коммуникации: Основы публичного выступления
	Тема 11. Деловые переговоры
	Тема 12. Основные принципы делового общения по телефону
Раздел 3. Невербальные коммуникации. Основы организации деловой документации.	Тема 13. Невербальные коммуникации
	Тема 14. Деловые коммуникации: Документационное обеспечение
	Тема 15. Деловая и коммерческая переписка
	Тема 16. Принципы делового общения в Интернет-пространстве
Раздел 4. Инновации в деловых коммуникациях	Тема 17. Деловая презентация. Принципы построения и структурные особенности
	Тема 18. Новые явления в деловой коммуникации или что такое бизнес-сленг?
Раздел 5. Этические принципы и кросс-культурная основа деловых	Тема 19. Этические принципы деловых коммуникаций
	Тема 20. Роль имиджа в деловых коммуникациях
	Тема 21. Особенности деловых коммуникаций в мультинациональных компаниях.

Наименование дисциплины	<i>Развитие эмоционального интеллекта</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Эмоции. Происхождение эмоций, их роль в жизни человека.	Тема 1. Введение в курс. Типизация эмоций.
	Тема 2. Три системы головного мозга человека.
	Тема 3. Биологические предпосылки эмоционального интеллекта: наследственность, типы мышления, свойства темперамента.
Теории и современные концепции ЭИ	Тема 4. Истоки возникновения теории эмоционального интеллекта: исторические предпосылки, модель Дж.Майера и П.Саловея, модель Рувена Бар-Она. Органические теории эмоций Джеймса-Ланге и Кеннона-Барда.
	Тема 5. Взаимосвязь коэффициентов интеллекта.
	Тема 6. Пять шагов развития эмоционального интеллекта: самопознание, управление эмоциями, самомотивация, управление отношениями, эмоциональный коучинг..
Управление эмоциями.	Тема 7. Самопознание: идентификация собственных эмоций.
	Тема 8. Стратегия управления эмоциями. Динамика эмоции.

	Тема 9. Самомотивация. Пять принципов М.Эриксона.
	Тема 10. Типы отношений. Причины объединения..
	Тема 11. Эмоциональный коучинг как метод развития эмоционального интеллекта.
Лидерство и эмоциональный интеллект.	Тема 12. Современные подходы к лидерству. Стили лидерства по Д.Големану..
	Тема 13. Стратегии «во времени» и «сквозь время».
	Тема 14. Области и стадии стресса. Тип личности и стресс.
Эмоции и конфликты. Эффективная команда.	Тема 15. Управление эмоциями в коллективе: от конфликтов к сотрудничеству.
	Тема 16. Построение эффективной команды – коучинг подход.
	Тема 17. Эмоциональный интеллект как стратегия управления изменениями.
	Тема 18. Навыки эмоциональной саморегуляции, техники эмоциональной мобилизации в сложных ситуациях.

Наименование дисциплины	<i>Зарубежное страноведение</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Страны Европы	Тема 1. Страноведение - наука, изучающая полный комплекс географических явлений на определенной территории. Многообразие стран современного мира: классификация государств по географическому положению, государственному устройству, типу социально-экономического развития Тема 2. Европа на экономической и политической карте мира. Историко-географические особенности формирования
Раздел 2. Страны Азии	Тема 1. Место стран региона в мировой экономике и политике. Характеристика субрегионов Азии (Юго-Западная, Южная, Юго-Восточная, Восточная). Историко-географические особенности формирования региона. Тема 2. Демографические особенности стран Азии. Национально-этнический и религиозный состав населения. Особенности расселения. Тема 3. Внешние экономические связи стран Азии. Важнейшие туристические районы и центры туризма. Экономико-географическая характеристика стран Азии (по выбору).

Раздел 3. Страны Америки	Тема 1. Исторические, политические и социально-экономические особенности формирования региона Северной Америки. Историко-географические особенности формирования региона. Природно-ресурсные предпосылки для развития хозяйства: обеспеченность отдельными видами природных ресурсов. Особенности расселения населения. Национально-этнический и религиозный состав населения. Внешние экономические связи. Экономико-географическая характеристика стран. США. Канада. Мексика. Роль НАФТА в
Раздел 4. Страны Африки и Океании	Тема 1. Исторические, политические и социально-экономические особенности формирования региона Африки. Место стран Африки в мировой экономике и политике. Природно-ресурсные предпосылки для развития хозяйства. Характеристика субрегионов. Важнейшие туристические районы и центры туризма. Экономико-географическая характеристика стран Африки (по выбору). Тема 2. Исторические, политические и социально-экономические особенности формирования Австралии и Океании. Место стран региона в мировой экономике и политике. Природно-ресурсные предпосылки для развития хозяйства. Важнейшие туристические районы и центры туризма. Экономико-географическая характеристика стран (по выбору).

Наименование дисциплины	«Нейромаркетинг»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Нейромаркетинг как инструмент влияния на потребителей.	1.1. Основные понятия нейромаркетинга. Технологии нейромаркетинга
	1.2. Области использования нейромаркетинга. Стратегии нейромаркетинга
Раздел 2. Сенсорный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии..	2.1. Сенсорный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии..
	2.2. Нейромания. Мотивы человеческого поведения, как мозг заставляет человека покупать.
Раздел 3. Потенциал развития нейромаркетинга	3.1. Нейровизуализация – инструмент будущего!
	3.2. Перспективы и опасности нейромаркетинга.

Наименование дисциплины	<i>Основы ВЭД</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Национальная компания в международной торговле: сложности и риски выхода на внешний рынок	1.1. Система международной торговли и ее объекты. Глобализация мировой экономики и ее движущие силы 1.2. Альтернативные способы выхода компаний на зарубежные рынки
Раздел 2. Адаптация компании к деятельности на зарубежном рынке	2.1. Формирование комплекса маркетинга применительно к особенностям внешнего рынка
Раздел 3. Маркетинговое исследование: методика проведения и источники информации	3.1. Маркетинговые исследования. Особенности проведения рыночного и фирменного исследований. 3.2. Торгово-промышленная палата России, банки, консультационные фирмы 3.3. Электронные источники информации
Раздел 4. Подготовка и заключение внешнеторговой сделки	4.1. Международная торговая сделка: понятие и объекты. Виды международных сделок 4.2. Подписание договора международной купли-продажи товаров-контракта
Раздел 5. Стандартизация условия и унификация права международной торговли	5.1. Типовые контракты в международной торговле. Понятие, форма и сферы применения типового контракта 5.2. Венская Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи
Раздел 6. Контракт международной купли-продажи товаров	6.1. Предмет контракта. Преамбула 6.2. Цена контракта 6.3. Упаковка, маркировка, сдача-приемка 6.4. Форс-мажор и арбитраж
Раздел 7. Посредники в международной торговле	7.1. Международное посредничество. Роль посредников в международной торговле. Классификация посредников по объему предоставляемых полномочий

Наименование дисциплины	Территориальный маркетинг
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
	1.
	2.
	3.
	4.
<b>Раздел 1. Теоретические основы территориального маркетинга</b>	1.1. Основы территориального маркетинга. 1.2. Виды территориального маркетинга.
<b>Раздел 2. Стратегические направления территориального маркетинга</b>	2.1. Инструменты и механизмы территориального маркетинга. 2.2. Маркетинговый подход к управлению продвижением территориального продукта. 2.3. Маркетинговые стратегии территорий.
<b>Раздел 3. Внедрение и управление территориальным маркетингом</b>	3.1. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. 3.2. Опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления.

Наименование дисциплины	<i>Персональный брендинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные понятия персонального брендинга	Тема 1. Базовые определения и задачи персонального брендинга Структура курса. Определение брендинга. Сущность, цели, задачи и принципы персонального брендинга. Плюсы от персонального бренда.
	Тема 2. Позиционирование персонального бренда Определение позиционирования. Виды позиционирования. Задачи позиционирования персонального бренда.
Раздел 2. Инструменты персонального брендинга	Тема 3: Анализ и подготовка к созданию персонального бренда SWOT-анализ самого себя. Требования к профессионализму. Основы планирования собственной работы.
	Тема 4: Устные инструменты для создания персонального бренда. «Речь в лифте». Правильное приветствие. Речевые шаблоны, необходимые для выстраивания персонального бренда.
	Тема 5: Письменные инструменты для создания персонального бренда. Материалы, необходимые для коммуникаций персонального бренда. Как правильно писать текст о персональном бренде. Создание резюме.
Раздел 3. Управление персональным брендом	Тема 6: Точки контакта персонального бренда Как определить точки контакта персонального бренда. Виды точек контакта. Как правильно улучшать точки контакта.

	<p>Тема 7: Социальные сети как инструмент развития персонального бренда Различие социальных сетей. Медиаперсона. Контент-стратегия и контент-план.</p> <p>Тема 8: Персональный бренд студента/выпускника Задачи, которые решает персональный бренд выпускника. Задачи студента по созданию персонального бренда. Задачи выпускника по созданию персонального бренда. Как выстроить свое правильное позиционирование.</p>
--	--

Наименование дисциплины	<i>Профессиональные коммуникации в менеджменте (иностраннный язык)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
<b>5 семестр</b>	
Раздел 1. International trade	Тема 1.1. Грамматика: выражения времени с предлогами in, on, at; зависимые предлоги
	Тема 1.2. Лексика: темы «произведение и обработка платежей», «кредит и страхование», «деловые сделки»
	Тема 1.3. Чтение: “Pinball wizard learns from mistakes”
	Тема 1.4. Говорение: ведение переговоров; обсуждение способов платежа экспортерам
	Тема 1.5. Письмо: письмо с просьбой о начислении зарплаты (вежливые конструкции)
	Тема 1.6. Кейс: “Jeddah Royal Beach Resort”. Чтение, аудирование и обсуждение на тему «Люксовый курорт в Джидда»
Раздел 2. Building a career	Тема 2.1. Грамматика: обзор настоящего, прошедшего и будущего времени
	Тема 2.2. Лексика: тема «образование и карьера»; словосочетания на тему «образование и спонсирование»; глаголы для резюме
	Тема 2.3. Чтение: “What price a degree?”
	Тема 2.4. Говорение: собеседование
	Тема 2.5. Письмо: сопроводительное письмо
	Тема 2.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Романская бизнес школа»
Раздел 3. Information	Тема 3.1. Грамматика: сравнительная и превосходная степени сравнения прилагательных; вежливые просьбы и ответы
	Тема 3.2. Лексика: тема «информационные системы»; сравнения
	Тема 3.3. Чтение: “The IT fallacy”
	Тема 3.4. Говорение: телефонный разговор
	Тема 3.5. Письмо: Memos
	Тема 3.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Нигерийский банк»
Раздел 4. Quality	Тема 4.1. Грамматика: пассивный залог и конструкция have something done
	Тема 4.2. Лексика: прилагательные и словосочетания на тему «качество»; словообразование
	Тема 4.3. Чтение: “Two kinds of quality”
	Тема 4.4. Говорение: презентация продукта

Наименование дисциплины	<i>Профессиональные коммуникации в менеджменте (иностраннный язык)</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
	Тема 4.5. Письмо: официальное и неофициальное письмо
	Тема 4.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Производство клубники в Польше»
<b>6 семестр</b>	
Раздел 1. Feedback	Тема 1.1. Грамматика: Модальные глаголы + have + прошедшее причастие; 3 условное предложение; used to, be/get used to
	Тема 1.2. Лексика: тема «характер»; разговорные выражения; тема «управление проектами»
	Тема 1.3. Чтение: “Smells like team spirit”
	Тема 1.4. Говорение: разговор менеджера с подчиненным; наставничество
	Тема 1.5. Письмо: отчет
	Тема 1.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Британская нефтяная компания в Африке»

Наименование дисциплины	<i>Профессиональные коммуникации в менеджменте</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4/144
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Официально-деловой стиль речи	Тема 1.1. Конструкции именного и глагольного типа; структура сложного предложения
	Тема 1.2. Стратегия и тактика выбора языковых средств (языковая синонимия), используемых в учебной и профессиональной деятельности
	Тема 1.3. Грамматическая стилистика
Раздел 2. Виды документов и их языковые особенности	Тема 2.1. Продуктивная письменная научная речь с продуцированием письменного текста, относящегося к официально-деловой сфере общения.
	Тема 2.2. Стратегия и тактика запроса информации. Особенности порождения экономического дискурса.
Раздел 3. Функционально-смысловые типы речи в менеджменте	Тема 3.1. Тип продуцируемого текста. Характерные особенности таких смысловых типов текста, как повествование, описание и рассуждение.
	Тема 3.2. Основные лексико-грамматические конструкции и их значение в текстах-описаниях (научный, официально-деловой и публицистический стили речи).
Раздел 4. Особенности профессиональной речи менеджера	Тема 4.1. Риторика в менеджменте
	Тема 4.2. Экономический дискурс (Менеджмент).
	Тема 4.3. Аффективно-коммуникативные интенции в экономическом дискурсе. Передача эмоционального отношения.
	Тема 4.4. Деловая коммуникация и ее разновидности

Наименование дисциплины	<i>Бенчмаркинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Задачи и виды бенчмаркинга	Тема 1. Понятие и виды бенчмаркинга.
	Тема 2. История бенчмаркинга
Раздел 2. История бенчмаркинга.	Тема 3. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли.
	Тема 4. Конкурентоспособность компании
	Тема 5. Конкурентоспособность товара и персонала
Раздел 3. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли.	Тема 6. Выбор основных конкурентов
	Тема 7. Направления анализа конкурентов
	Тема 8. Конкурентный анализ
Раздел 4. Матрицы бенчмаркинга	Тема 9. Матрица 7P и матрица Портера
	Тема 10. Матрица SWOT и PEST анализ
	Тема 11. Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа

Наименование дисциплины	<i>Маркетинг услуг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Виды и характеристика услуг, как элемента комплекса маркетинга	Введение. Тема 1. Основы маркетинга услуг. Концепция, определение и классификация.
	Тема 2. Особенности рынка услуг и конкурентной среды.
	Тема 3. Модели маркетинга услуг.
Раздел 2. Планирование услуги	Тема 4. Стратегия создания услуги.
	Тема 5. Дифференцированный подход к маркетингу услуг. Сегментирование рынка услуг.
	Тема 6. Процесс предоставления услуги. Технология формирования услуги и формирование ценовой политики в сфере услуг.
	Тема 7. Специфика работ на рынке услуг. Личные продажи и прямой маркетинг.
	Тема 8. Моделирование процесса предоставления услуги. План маркетинга.

Наименование дисциплины	Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
	Тема 1. Маркетинг в малом и среднем бизнесе. Введение в курс. Отличия маркетинга в малом и



Раздел 1. Основные понятия практического маркетинга в малом и среднем бизнесе	среднем бизнесе от классического маркетинга и его задачи.
	Тема 2. Управление продуктом в малом и среднем бизнесе. Особенности создания и улучшения продуктов и услуг в малом и среднем бизнесе. Основные проблемы продуктового маркетинга малого и среднего бизнеса в России.
	Тема 3. Ценообразование в малом и среднем бизнесе. Особенности ценообразования в малом и среднем бизнесе. Инструменты и трюки позиционирования.
Раздел 2. Инструменты коммуникаций МСБ	Тема 4. Каналы коммуникаций в малом и среднем бизнесе. Традиционные инструменты продвижения. Реклама. PR. Интернет-маркетинг.
	Тема 5. Рекламное обращение. Позиционирование. Уникальное торговое предложение. Оценка эффективности рекламы
Раздел 3. Маркетинг в управлении МСБ	Тема 6. Точки контакта как инструмент экспресс-аудита маркетинга компании. Точки контакта. Управление точками контакта. Создание «фишек».
	Тема 7. Карта пути клиента. Карта пути клиента как инструмент управления процессами. Персонажи. Построение карты.
	Тема 8. Тренды маркетинга в малом и среднем бизнесе. Современные маркетинговые инструменты и их отличие от классических инструментов. Тренды маркетинга и их применение в малом и среднем бизнесе.

Наименование дисциплины	<i>Прикладные маркетинговые исследования</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Организация маркетинговых исследований в компании	Тема 1. Цель и задачи маркетинговых исследований
	Тема 2. Маркетинговое исследование конкурентов и конкурентоспособности продукции
	Тема 3. Маркетинговое исследование рыночного риска
	Тема 4. Маркетинговое исследование потребителей
Раздел 2. Направления маркетинговых исследований	Тема 5. Маркетинговое исследование внешней среды
	Тема 6. Маркетинговое исследование цен
	Тема 7. Маркетинговое исследование нового продукта
	Тема 8. Маркетинговое исследование эффективности рекламной компании

Наименование дисциплины	<i>Корпоративный PR</i>
-------------------------	-------------------------

Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Сущность PR и основные этапы планирования	Тема 1. Сущность PR и основные этапы планирования
	Тема 2. Организация PR в компании
Раздел 2. Организация PR в компании	Тема 3. Технология и содержание PR-деятельности
	Тема 4. Инструменты PR-деятельности
Раздел 3. Технология и содержание PR-деятельности	Тема 5. Социальные PR-мероприятия
	Тема 6. Внутренний PR
	Тема 7. Взаимодействие в сети Интернет и СМИ
	Тема 8. Формирование бюджета PR деятельности

Наименование дисциплины	Маркетинговое обоснование стартап
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Тема 1. Стартап-проект как форма ведения инновационного бизнеса	<p>Сущность, место и роль стартап-проектов в инновационном бизнесе.</p> <p>Различия традиционного бизнеса и предпринимательства от стартапов. особенности реализации стартапов в сфере бизнеса.</p> <p>Реализация стартапа как инновационного проекта. Классификации стартаппроектив по различным признакам. Различия стартап-проектов и проектов малого бизнеса. Специфические особенности стартапа как проекта. Типы стартап-проектов.</p>
Тема 2. Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа	<p>Формирование идеи продукта стартапа. Источники и методы получения идеи инновационного продукта. Креативные методики генерирования идеи продукта стартапа.</p> <p>Морфологические подходы к формированию идеи продукта: метод инвентаризации характеристик, морфологического ящика, метод последовательного изобретательства отрицание и конструирования, систематического покрытия поля, методы создания локальных инноваций для продукта.</p>
Тема 3. Бизнес-моделирование стартапа	<p>Сущность, виды и особенности бизнес-модели стартапа. Содержание бизнес-модели, ее отличии от стратегии и бизнес-плана. Типы бизнес-моделей: А. Остервальдера и И. Пинье, «Lean» бизнес-канва, М. Джонсона «Захват чистого пространства».</p>
Тема 4. Маркетинговый менеджмент стартап-проектов	<p>Маркетинговый менеджмент стартап-проекта: сущность и особенности. Понятие маркетингового менеджмента и маркетинга стартапа. Ключевые различия маркетинга стартапа и маркетинга товара / услуги для уже существующего бизнеса. Этапы реализации маркетинга стартап-проекта (инициатива, тестирование идеи, процесс</p>

	диффузии (проникновения идеи) на рынок, продвижение продукта). Анализ рынка стартапа. Оценка объема рынка. Оценка конкуренции. Оценка перспектив роста рынка. Выявление потенциальных клиентов стартапа.
Тема 5. Организация реализации стартап-проектов от команды к предприятию	Формирование команды стартап-проекта. Сущность команды стартап-проекта. Формирование команды участников по ролям и функциям ресурсного обеспечения, продажи, развития продукта, финансирование, процессов и операций. Ключевые проблемы в формировании команды стартап-проекта. Распределение участия и долей будущего бизнеса между членами команды стартапа.
Тема 6. Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта	Источники инвестирования стартап-проектов. Рынок инновационного инвестирования. Венчурное инвестирование. Формы инвестирования стартап-проектов бизнес-ангелами (Корпоративная, лизинг, предоставление займов). Краудфандинг. особенности размещения стартап-проектов на краудфандинговых платформах.
Тема 7. Бизнес-планирование стартап-проекту	Сущность и особенности бизнес-планирования стартап-проекта. Детализация бизнес-плана за стадией готовности стартап-проекта. Структура бизнес-плана стартап-проекта.
Тема 8. Увеличение и стратегирование стартап-проектов	Бизнес-стратегии развития стартапа: виды и особенности. неопределенность в реализации бизнес-стратегии стартапов.

Наименование дисциплины	Digital marketing
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Современные тенденции рынка.	Тема 1. Омниканальность рынка.
	Тема 2. Развитие e-commerce.
	Тема 3. Истории успеха интернет-магазинов.
Раздел 2. Ключ к успеху цифрового маркетинга.	Тема 4. Потребитель on-line.
	Тема 5. Понятие цифрового маркетинга, его основные цели и задачи.
Раздел 3. Основные инструменты цифрового маркетинга.	Тема 6. Основные инструменты цифрового маркетинга.
Раздел 4. Цифровая коммуникация.	Тема 7. Цифровые формы коммуникацию
	Тема 8. Особенности диджитал-кампаний

	Тема 9. Диджитал стратегия
Наименование дисциплины	Маркетинговое управление бизнес-процессами
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Маркетинговый процесс	Тема 1. Роль маркетинга в управлении фирмой
	Тема 2. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности
	Тема 3. Выбор теории ценности компании и построение соответствующей бизнес-модели
Раздел 2. Управление комплексом маркетинга	Тема 4. Товарная политика фирмы
	Тема 5. Управление товарным ассортиментом
	Тема 6. Ценовая политика фирмы
	Тема 7. Управление каналами распределения
	Тема 8. Маркетинговая логистика
	Тема 9. Управление службой сбыта
Раздел 3. Управление комплексом продвижения	Тема 10. Общие понятия мероприятий по продвижению. ВТЛ
	Тема 11. ATL
Раздел 4. Стратегическое планирование. Оценка и контроль	Тема 12. Организация маркетинга на фирме
	Тема 13. Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности компании
	Тема 14. Мониторинг и контроль деятельности компании

Наименование дисциплины	<i>Маркетинговые аспекты блокчейна</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные понятия технологии блокчейна.	Тема 1. Блокчейн простыми словами. История возникновения технологии блокчейна.
	Тема 2. Основные понятия и сферы применения блокчейна
Раздел 2. Основные понятия технологии блокчейна.	Тема 3. Google и блокчейн.
	Тема 4. Big Data. Перспективы взаимодействия технологий блокчейн и Big Data
	Тема 5. Вторжение блокчейн в индустрии.

Раздел 3. Маркетинг и блокчейн. Взаимодействие блокчейна и других технологий..	Тема 6. Как технология блокчейна применяется в маркетинге и рекламе
	Тема 7. Взаимодействие блокчейна и других технологий
Раздел 4. Тренды и перспективы технологии блокчейна.	Тема 8. Тенденции и перспективы развития технологии блокчейна
	Тема 9. Государство и биткойн. Новости крипторынка.
	Тема 10. Плюсы и минусы технологии блокчейн.

Наименование дисциплины	<i>Event маркетинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	<u>2/72</u>
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы event маркетинга	Тема 1. События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
	Тема 2. Типология событий в event маркетинге.
Раздел 2. Принципы организации событий	Тема 3. Принципы организации и проведения событий.
	Тема 4. Управление маркетингом событий.
Раздел 3. Маркетинговое сопровождение мероприятий	Тема 5. Разработка события.
	Тема 6. Проведение события.
	Тема 7. Менеджмент событий.

Наименование дисциплины	<i>ATL коммуникации</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	<u>2/72</u>
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. История развития ATL коммуникаций в России и за рубежом	Тема 1. История развития ATL коммуникаций в России и за рубежом
	Тема 2. Сущность и определение ATL коммуникаций
Раздел 2. Сущность и определение ATL коммуникаций	Тема 3. Виды ATL коммуникаций
	Тема 4. Каналы ATL коммуникаций
Раздел 3. Прикладные аспекты ATL коммуникаций	Тема 5. Исследования в ATL коммуникациях
	Тема 6. Рекламное обращение
	Тема 7. Выбор средств распространения ATL коммуникаций
	Тема 8. Особенности современного этапа развития ATL коммуникаций

Наименование дисциплины	<i>Маркетинговые инструменты прямых продаж</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	<u>3/108</u>

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные понятия прямых продаж	Тема 1. Прямые и непрямые продажи – главные отличия.
	Тема 2. Виды прямых продаж. Продажи для B2B и B2C: преимущества и недостатки.
Раздел 2. Техника прямых продаж.	Тема 3. Техника прямых продаж. Как научиться продавать.
	Тема 4. Основные правила продаж.
Раздел 3. Сетевой маркетинг – техника прямых продаж.	Тема 5. Эффективные продажи.
	Тема 6. Сетевой маркетинг – техника прямых продаж.
	Тема 7. Модель сетевого маркетинга и деятельность MLM компаний.
	Тема 8. Новые технологии в развитии прямых продаж.
Раздел 4. Новые технологии в развитии прямых продаж.	Тема 9. Как новые технологии изменяют процесс прямых продаж.
	Тема 10. Эффективные инструменты современного продавца.

Наименование дисциплины	«Управление маркетинговыми проектами»
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
РАЗДЕЛ 1. Основные понятия в управлении маркетинговыми проектами.	1.1. Предмет, цели и задачи курса. Введение в дисциплину.
РАЗДЕЛ 2. Проект разработки нового продукта и вывода его на рынок	2.1. Основные подходы к разработке нового продукта
	2.2. Оценка доступности сегмента. Оценка потенциала сегмента.
	2.3. Оценка привлекательности рынка
	2.4. Маркетинговый проект: вывод на рынок нового бренда, нового продукта
РАЗДЕЛ 3. Маркетинговый проект: проведение коммуникационных мероприятий	3.1. Маркетинговый проект: проведение BTL мероприятия.
	3.2. Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия
РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность при взаимодействии производителя и ритейла	4.1. Маркетинговый проект: постановка бренда в розничную сеть.
	4.2. Подготовка коммерческого предложения. Подготовка плана входа в сеть.
Раздел 5. Маркетинговые исследования как проект	5.1. Маркетинговый проект: проведение международного маркетингового исследования
	5.2. Разработка технического задания и предложения на проведение исследования

Наименование дисциплины	<i>«Категорийный маркетинг»</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Введение в категорийный менеджмент	1.1. Понятие и ключевые задачи категорийного маркетинга
	1.2. Управлением ассортиментом с помощью инструментов категорийного менеджмента
	1.3. Управление категорийным маркетингом. Функции категорийного менеджера
	1.4. Основные показатели эффективности категорийного маркетинга
Раздел 2. Стратегия и ассортиментная политика розничного предприятия	2.1. Этапы формирования ассортимента розничного предприятия
	2.2. Конкурентные стратегии и позиционирование розничного предприятия
	2.3. Положение об ассортиментной политике розничного предприятия
Раздел 3. Методология категорийного менеджмента	3.1. Выделение категории с помощью построения модели принятия решения потребителем
	3.2. Товарный классификатор и ассортиментная матрица. Ассортиментный минимум
	3.3. Основные роли категорий в ассортименте
	3.4. Распределение торговых категорий между категориями

Наименование дисциплины	<i>Стратегии и технологии продаж на повседневных товаров</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Группа товаров FMCG: структура и основные тенденции	Тема 1. Товары FMCG как основная продуктовая категория маркетинга B2C.
	Тема 2. Современные тенденции мирового и российского рынка товаров FMCG.
Раздел 2. Разработка маркетинговых стратегий товаров FMCG.	Тема 3. Основные теоретические концепции маркетинговых стратегий в B2C.
	Тема 4. Разработка продуктового портфеля на основе матрицы BCG
	Тема 5. Роль маркетинговых исследований в разработке маркетинговых стратегий товаров FMCG.

Наименование дисциплины	<i>Стратегии и технологии продаж на повседневных товаров</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 3. Основные технологии продаж товаров FMCG.	Тема 6. Прямые продажи.
	Тема 7. Продажи через сетевые компании. Франчайзинг
Раздел 4. Современные технологии в развитии прямых продаж.	Тема 8. Вендинг.
	Тема 9. Роль электронных сетей. Блоггинг.
	Тема 10. Электронная торговля. Особенности и современные формы организации курьерской доставки.

Наименование дисциплины	<i>Маркетинговое администрирование</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Маркетинговый процесс	1.1. Роль маркетинга в управлении фирмой Операционный и стратегический маркетинг: понятие, основные задачи, цели, различия
	1.2. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности
	1.3. Выбор теории ценности компании и построение соответствующей бизнес-модели
Раздел 2. Управление комплексом маркетинга	2.1. Товарная политика фирмы
	2.2. Управление товарным ассортиментом
	2.3. Ценовая политика фирмы
	2.4. Управление каналами распределения
	2.5. Маркетинговая логистика
	2.6. Управление службой сбыта
Раздел 3. Управление комплексом продвижения	3.1. Общие понятия мероприятий по продвижению. ВТЛ
	3.2. АТЛ
Раздел 4. Стратегическое планирование. Оценка и контроль	4.1. Организация маркетинга на фирме
	4.2. Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности компании
	4.3. Мониторинг и контроль деятельности компании



Наименование дисциплины	<i>Контент-маркетинг</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы контент маркетинга	1.1. История возникновения контент маркетинга
	1.2. Контент маркетинг в воронке продаж
Раздел 2. Стратегия и тактика контент-маркетинга	2.1. Основные инструменты контент маркетинга
	2.2. Типы контента
	2.3. Особенности создания контента для различных ресурсов
	2.4. Форматы и каналы распространения контента
	2.5. Создание контент-платформы
Раздел 3. Концепция CJM как основа для разработки контента	3.1. Суть концепции CJM
	3.2. Применение инструментов контент-маркетинга на каждом этапе CJM

Наименование дисциплины	<i>Логистика</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Функциональные основы маркетинговой логистики	Тема 1. Понятие и сущность логистики
	Тема 2. Закупочная логистика
Раздел 2. Регулирование товаропотоков	Тема 3. Запасы в логистике
	Тема 4. Склады в логистике
Раздел 3. Дистрибуция	Тема 5. Транспортная логистика
	Тема 6. Распределительная логистика
Раздел 4. Информационная составляющая маркетинговой логистики	Тема 7. Информационная логистика
	Тема 8 Роль деловой культуры в при организации маркетинга
	Тема 9 Формирование потребительской ценности на рынке

Наименование дисциплины	<i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности</i>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы

Раздел 1. Формирование бренда города: поиск предпосылок и механизм применения	Тема 1. Предпосылки формирования позиционирования городов
	Тема 2. Бренд города: влияние на развитие экономики города, региона, страны
Раздел 2. Технология формирования бренда города	Тема 3. Бренд города: понятие и структура
	Тема 4. Технология брендинга города
Раздел 3. Инструменты формирования бренда города	Тема 5. Модель формирования бренда города
	Тема 6. Инновационные инструменты развития бренда города

Наименование дисциплины	Социальные сети в системе делового и персонального общения
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Теоретические основы Маркетинга и PR в социальных сетях. Блоггинг	Тема 1. Определение маркетингового блога, его структурные и технические характеристики
	Тема 2. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства.
Основные глобальные и национальные социальные сети.	Тема 3. Роль социальных сетей в современном интернет-пространстве
	Тема 4. Основные глобальные сети: их особенности и возможности использования для корпоративного и личного общения.
	Тема 5. Основные национальные (российские) сети: их особенности и возможности использования для корпоративного и личного общения.
Использование социальных сетей в системе личных коммуникаций.	Тема 6. Правила и технологии личного общения в социальных сетях.
Использование PR социальных сетей в системе корпоративных коммуникаций и бизнес-процессов.	Тема 7. Рыночный мониторинг PR в социальных сетях.
	Тема 8. Инструменты PR продвижения брендов в социальных сетях
	Тема 9. Феномен блоггинга.

Наименование дисциплины	Методы и системы морального и материального стимулирования
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Раздел 1. Традиционные системы материального стимулирования. Раздел 2. Повышение эффективности систем стимулирования.	Тема 1. Введение в дисциплину. Роль и структура системы стимулирования.
	Тема 2. Тарифная система оплаты труда. Особенности оплаты труда в бюджетной сфере и органах власти
	Тема 3. Формирование и совершенствование постоянной части заработной платы. Методы оценки должности, грейды
	Тема 4. Формирование переменной части заработной платы. Вознаграждение труда топ менеджеров

Наименование дисциплины	Методы и системы морального и материального стимулирования
	Тема 5. Нематериальные методы мотивации.

Наименование дисциплины	<b>Культура личной работы</b>
Объём дисциплины ЗЕ/ак.ч	<b>3 ЗЕ (108 час.)</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>РАЗДЕЛ 1. Основы самоменеджмента.</b>	<p><b>Тема 1. Введение в «Культуру личной работы»</b> Основные положения учебной дисциплины, Цели, задачи, актуальность.</p> <p><b>Тема 2. Мотивация самопознания и самосовершенствования.</b> Что такое «самоменеджмент», его применение в повседневной жизни студента. Разумный образ жизни. Основные этапы культуры личной работы.</p> <p><b>Тема 3. Мотив и стимул в повседневной жизни.</b> Основные понятия мотивации. Сущность мотивирования и стимулирования. Роль самомотивации в развитии профессионала.</p> <p><b>Тема 4. Режим дня: биоритмы и их роль в формировании рабочего процесса.</b> Организационные принципы распорядка дня. Естественный дневной ритм (с рафик работоспособности). Биоритмологический подход к планированию личного времени: планирование рабочей и учебной нагрузки. Индивидуальный рабочий стиль.</p> <p><b>Тема 5. Карьера: этапы, особенности формирования.</b> Карьерная шкала. Факторы влияющие на выбор карьеры. Управление успешной карьерой.</p> <p><b>Тема 6. Жизненный план: прошлое, настоящее, будущее</b> Роль самоанализа и самооценки в формировании жизненного плана. Факторы влияющие на составление жизненного плана</p>
<b>РАЗДЕЛ 2. Научно-исследовательская работа студента.</b>	<p><b>Тема 7. Экзамен: как подготовиться и успешно пройти испытание.</b> Режим труда и отдыха в период экзаменационной сессии и подготовки к конференции; технология подготовки к различным видам текущей и итоговой аттестации, а также ответственным докладам; достоинства и недостатки индивидуальной и коллективной подготовки к конференции.</p> <p><b>Тема 8. НИРС: что, как и зачем писать научные работы.</b> Выбор темы; организация и планирование исследований; работа с рукописью научного произведения; стиль научной речи; цитаты и цитирование; подготовка научной рукописи к печати.</p> <p><b>Тема 9. НИРС: работа с источниками информации.</b> Понятие личного архива; организация личного архива; характеристика носителей архивной информации;</p>

организация домашней библиотеки; ведение архивной документации для организации личного архива.

**Тема 10. Работа с информацией: эффективное чтение, запоминание, конспектирование.**

Основные методики запоминания. Особенности видов памяти.

Наименование дисциплины	Оценка эффективности персонала и оплаты труда
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Разделы	Темы
Предмет и задачи курса. Прием на работу. Порядок учета рабочего времени.	Государственные гарантии по оплате труда. Оформление документов при принятии на работу. Коллективный договор, Штатное расписание. Организация заработной платы. Понятие минимального размера оплаты труда (МРОТ). Сроки выплаты заработной платы. Порядок учета рабочего времени.
Основы организации оплаты труда. Расчет заработной платы.	Системы оплаты труда (бестарифная, сдельная, повременная, аккордная). Система премирования. Надбавки и доплаты к заработной плате. Оплата при невыполнении норм труда. Удержания из заработной платы.
Выплаты на основе средней заработной платы. Расчет ежегодных отпусков	Классификация отпусков. Ежегодный оплачиваемый отпуск. Компенсации за неиспользованный отпуск. Порядок учета премий при расчете средней заработной платы. Порядок учета повышения оплаты труда при расчете средней заработной платы.
Порядок начисления и учет страховых взносов в ОПС, ОСС, ОМС, проч	Страховые взносы в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд медицинского страхования : база, тарифы, порядок начисления. Отчетность по страховым взносам
Страховое обеспечение работников.	Виды страхового обеспечения, страховые случаи. Пособие по временной нетрудоспособности: условия и продолжительность выплаты пособий в случаях ухода за ребенком или больным членом семьи, методика расчета. Пособие по беременности и родам. Детские пособия.

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ  
К.э.н., доцент, зав. кафедрой маркетинга



А.М.Зобов