

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.05.2023 14:47:50  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

## **АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО**

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

**«Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика»**

---

**реализуемой по направлению подготовки/специальности:**

**38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

---

**2023г.**

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Современная экономическая теория</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>5 ЗЕ (180 часа)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Раздел 1. Методология экономической науки	Тема 1.1. Основные этапы развития экономической теории Тема 1.2. Споры о предмете и методе Тема 1.3. Методологические подходы и методы экономической теории. Общеэкономические методологические подходы
Раздел 2. История экономических учений	Тема 2.1. Особенности экономических идей в России: консерватизм в русской экономической мысли Тема 2.2. Особенности экономических идей в России: либерализм и радикализм в русской экономической мысли Тема 2.3. Модели смешанной экономики: американская и азиатская модели Тема 2.4. Модели смешанной экономики: западноевропейские модели (немецкая и шведская)
Раздел 3. Новейшие экономические теории Запада	Тема 3.1. Новейшие экономические теории Запада (по лекциям Нобелевских лауреатов)
Раздел 4. Микроэкономика	Тема 4.1. Развитие теории потребительского поведения Тема 4.2. Развитие теории фирмы (производителя) Тема 4.3. Эволюция взглядов на развитие модели рыночной конкуренции Тема 4.4. Особенности формирования экономического равновесия и экономического благосостояния в современной рыночной экономике
Раздел 5. Макроэкономика	Тема 5.1. Теория экономического роста. Экономический рост Тема 5.2. Теория деловых циклов и кризисов. Экономические циклы Тема 5.3. Теория денег и инфляции. Денежный рынок. Инфляция
Раздел 6. Экономика общественного сектора	Тема 6.1. Общественный сектор: масштабы и возможности
Раздел 7. Институциональная экономика	Тема 7.1. Институциональная экономическая теория: транзакционные издержки и внезаконная экономика Тема 7.2. Собственность и теорема Коуза в преодолении внешних эффектов Тема 7.3. Экономические и правовые подходы к содержанию собственности

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Финансовый менеджмент</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>4/144</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Базовые концепции финансового менеджмента	Система управления финансами в корпорации. Финансовые инструменты и финансовые рынки. Основы финансовой математики. Стоимость денег во времени. Дисконтирование и наращение. Аннуитет. Стоимость финансовых инструментов. Анализ финансовой деятельности. Основы финансового учета. Анализ финансовой отчетности. Диагностика финансового состояния. Финансовые коэффициенты.
Раздел 2. Краткосрочные финансовые решения. Управление оборотным капиталом.	Анализ и оценка потребности в оборотном капитале. Политика управления оборотным капиталом. Планирование длительности операционного цикла. Финансирование оборотного капитала. Спонтанное финансирование. Краткосрочные ссуды. Управление денежными средствами. Взаимодействие с банками. Прогнозирование денежных потоков. Управление запасами и контроль. Способы повышения эффективности системы поставок.
Раздел 3. Планирование капитальных вложений	Составляющие капитала и их цена. Цена источника "заемный капитал". Цена источника "привилегированные акции". Цена источника "нераспределенная прибыль". Цена источника "обыкновенные акции нового выпуска". Модель оценки доходности финансовых активов. Средневзвешенная и предельная цена капитала. Теория структуры капитала Затраты, связанные с финансовыми затруднениями, и агентские затраты. Модели финансового рычага. Расчет оптимальной структуры капитала. Управление собственным капиталом. Модели устойчивого роста. Производственный и финансовый леверидж. Производственный и финансовый риски в контексте общего риска.
Раздел 4. Дивидендная политика.	Дивидендная политика. Теории предпочтительности дивидендов. Планы реинвестирования дивидендов. Выкуп акций. Выплата дивидендов акциями и дробление акций.
Раздел 5. Финансовое планирование и прогнозирование.	Принципы финансового планирования. Система прогнозов и планов организации. Методы планирования и прогнозирования. Бюджетирование как инструмент управления финансами организации.

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>«Современный стратегический анализ»</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	<b>5/180</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>Раздел I. Введение в «Современный стратегический анализ»</b>	Тема 1.1. Теоретические проблемы конкуренции и современного стратегического анализа
	Тема 1.2. Международная экономическая интеграция и проблемы стратегического анализа
<b>Раздел II. Методология стратегического анализа</b>	Тема 2.1. Общеметодологические вопросы стратегического конкурентного анализа

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «**Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика**» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

	Тема 2.2. Оценка условий выхода на международные рынки. Анализ политико-правовой, экономической, социокультурной и технологической среды бизнеса
<b>Раздел III. Инструменты стратегического анализа современного бизнеса</b>	Тема 3.1. Отраслевой и конкурентный анализ
	Тема 3.2. Ресурсный анализ и компетенции
	Тема 3.3. Источники конкурентного преимущества
<b>Раздел IV. Стратегические альтернативы и формулирование стратегии</b>	Тема 4.1. Подходы к разработке и процесс выбора стратегии. Корпоративная стратегия. Бизнес- стратегии и жизненные циклы отраслей
	Тема 4.2. Современные тенденции стратегического управления

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	«Профессиональный иностранный язык»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	6/216
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>1 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»
Раздел 2. Selling more	Тема 2.1. Грамматика: Вопросы с хвостиком; вопросы с отрицанием
	Тема 2.2. Лексика: тема «маркетинговый микс»; словосочетания на тему «маркетинг»
	Тема 2.3. Чтение: “Social marketing doesn’t have to suck”
	Тема 2.4. Говорение: переговоры на тему “selling a study trip”
	Тема 2.5. Письмо: mailshot, sales letter
	Тема 2.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Южнокорейский поставщик телефонов»
<b>2 семестр</b>	
Раздел 1. New Business	Тема 1.1. Грамматика: Времена Future Continuous, Future Perfect
	Тема 1.2. Лексика: темы «виды финансирования», «этапы при подаче на финансирование»; фразовые глаголы
	Тема 1.3. Чтение: “Five simple rules for building a blockbuster brand”
	Тема 1.4. Говорение: презентация и ответы на вопросы
	Тема 1.5. Письмо: профиль компании
	Тема 1.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Бизнес ангелы»
Раздел 2. Financial control	Тема 2.1. Грамматика: Артикли; глаголы причины и следствия
	Тема 2.2. Лексика: тема «финансовые документы»; бухгалтерские термины
	Тема 2.3. Чтение: “Why it’s trendy to be a future accountant”
	Тема 2.4. Говорение: совещание
	Тема 2.5. Письмо: Minutes
	Тема 2.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему “Car-Glazer”
<b>3 семестр</b>	
Раздел 1. Fair trade	Тема 1.1. Грамматика: Модальные глаголы; инверсия в официальном стиле
	Тема 1.2. Лексика: тема «контракт»; словосочетания
	Тема 1.3. Чтение: “Why fair trade is a bad deal”
	Тема 1.4. Говорение: переговоры и достижение компромисса
	Тема 1.5. Письмо: анализ
	Тема 1.6. Кейс: обсуждение, чтение и аудирование на тему «Переговоры с производителем кофе»
Раздел 2.	Тема 2.1. Повтор пройденного материала: Review 7, 8.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «**Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика**» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	Инструменты обработки данных
<b>Объём дисциплины</b>	<b>3/108</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Раздел 1. Работа с первичной информацией для анализа	Тема 1.1. Создание базы данных в MS Excel из внешнего источника Тема 1.2. Сортировка, фильтрация, выделение промежуточных итогов в первичных данных Тема 1.3. Использование функций MS Excel для получения информации о ряде данных
Раздел 2. Инструменты анализа информации.	Тема 2.1. Визуализация данных при помощи графических элементов Тема 2.2. Создание комплексных сводных таблиц Тема 2.3. Работа со сводными диаграммами и срезами
Раздел 3. Надстройки Excel для анализа данных	Особенности моделирования временных рядов. Методы прогнозирования и метрики точности прогноза
Раздел 4. Модели с дискретными и дискретно-непрерывными зависимыми переменными	Тема 3.1. Создание моделей данных с надстройкой Power Query Тема 3.2. Особенности создания сводных элементов с надстройкой Power Pivot.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	«SQL+Python»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Введение в SQL. Работа с базами данных.	Тема 1.1. Понятие баз данных. Функции СУБД. Введение в SQL. Рабочий интерфейс PostgreSQL и Dbeaver.
	Тема 1.2. Реляционная модель. Первичные ключи, внешние ключи и нормализация базы данных. Запросы к базе данных: синтаксис.
	Тема 1.3. Основные типы данных. Сортировка, выборка, фильтрация. Работа в учебной базе данных.
Раздел 2. Основы SQL.	Тема 2.1. Соединения и типы и соединений. Логическая структура и диаграмма Вена.
	Тема 2.2. Агрегатные функции. Лимитизация.
	Тема 2.3. Группировки и фильтрация по конкретным значениям. Подзапросы. Работа с таблицами. Массивы
Раздел 3. Введение в Python. Типы данных в Python. Функции. Классы и их применение.	Тема 3.1. Особенности Python. Арифметические операции. Переменные и именованые переменных. Операторы сравнения, условия и условные конструкции. Логические операторы и логические значение.
	Тема 3.2. Простые типы данных. Списки. Кортежи. Множества. Циклы while и for. Понятие функций. Параметры функции. Области видимости.
Раздел 4. Библиотеки numpy, scipy и pandas.	Тема 4.1. Принципы работы библиотек. Матрицы и вектора.
	Тема 4.2. Основные операции в pandas. Функции и группировки. Сводные таблицы.
Раздел 5. Визуализация данных.	Тема 5.1. Основные инструменты визуализации.
	Тема 5.2. Визуализация большого массива данных. Принципы визуализации в Matplotlib и Seaborn.
Раздел 6. Описательный анализ данных.	Тема 6.1. EDA. Pandas profilig/Sweetviz/Autoviz/D-tale
Раздел 7. Продвинутое библиотеки scikitlearn pycareset	Тема 7.1. Scikitlearn. Модели регрессии
	Тема 7.2. Pycareset. Различные модели



Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Многомерный статистический анализ данных</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>3 ЗЕ (108 часа)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Раздел 1. Введение в статистический анализ	Данные для статистического анализа и бизнес-аналитики. Тестирование гипотез.
Раздел 2. Введение в регрессионный анализ	Простая регрессионная модель. Множественный регрессионный анализ.
Раздел 3. Прогнозирование	Особенности моделирования временных рядов. Методы прогнозирования и метрики точности прогноза
Раздел 4. Модели с дискретными и дискретно-непрерывными зависимыми переменными	Модели с ограниченными зависимыми переменными. Классификация на основе логистической регрессии.
Раздел 5. Кластерный анализ	Иерархические процедуры. Неиерархические методы кластеризации.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Наименование дисциплины	Маркетинговая аналитика
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4 / 144
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Общая характеристика маркетинговой аналитической системы	Тема 1.1. Понятие анализа и его структура
	Тема 1.2. Структура маркетинговой аналитической системы (МАС)
Раздел 2. Определение целей маркетингового анализа.	Тема 2.1. Виды проблем и их определение
	Тема 2.2. Выявление проблем. Контент-анализ
	Тема 2.3. Проблемы и гипотезы
Раздел 3. Информационное обеспечение маркетингового анализа	Тема 3.1. Информация и ее виды. Маркетинговые метрики. Метрики цифрового маркетинга.
	Тема 3.2. Процесс маркетингового исследования
	Тема 3.3. Виды и методы маркетингового исследования
	Тема 3.4. Формирование выборки маркетингового исследования
	Тема 3.5. Обработка результатов маркетингового исследования
Раздел 4. Методы маркетингового анализа	Тема 4.1. Типология методов маркетингового анализа
	Тема 4.2. Экспертные методы первого порядка
	Тема 4.3. Экспертные методы второго порядка
	Тема 4.4. Эвристические методы. Экстраполяционные методы.
	Тема 4.5. Морфологический анализ. Матрицы стратегического анализа.
	Тема 4.6. Математические и Аналитические методы. Разведочный анализ и описательная статистика. Шкалы. Определение центральной тенденции ряда. Корреляционно - регрессионный анализ. Предиктивная аналитика. Кластерный и дискриминантный анализ.
Раздел 5. Большие данные	Тема 5.1. Большие данные. Что делает большие данные большими.
	Тема 5.2. Процесс анализа данных. Data Science. Data Mining. Machine Learning.
	Тема 5.3. Анализ больших данных в маркетинге: выгоды и проблемы
Раздел 6. Аналитика в цифровом маркетинге	Тема 6.1. Системы WEB аналитики
	Тема 6.2. Анализ данных в социальных сетях
	Тема 6.3. Анализ данных рекламных компаний
	Тема 6.4. Анализ данных e-mail маркетинга
	Тема 6.5. Сквозная аналитика
	Тема 7.1. Оценка конъюнктуры рынка
	Тема 7.2. Поиск конкурентного преимущества фирмы

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Маркетинговая аналитика</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	<b>4 / 144</b>
<b>Раздел 7. Прикладные аспекты маркетингового анализа</b>	<b>Тема 7.3.</b> Анализ поведения потребителя
	<b>Тема 7.4.</b> Оценка маркетинговой деятельности
	<b>Тема 7.5.</b> Принятие решений по результатам маркетинговых исследований
	<b>Тема 7.6.</b> Соотношение стоимости исследования и его вероятной ценности.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Деловая коммуникация</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	<b>3/108</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>Раздел 1. Введение. Основные принципы деловых коммуникаций</b>	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
<b>Раздел 2. Вербальные коммуникации. Основные формы речевого взаимодействия</b>	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
<b>Раздел 3. Невербальные коммуникации. Основы организации деловой документации.</b>	Тема 13. Невербальные коммуникации
	Тема 14. Деловые коммуникации: Документационное обеспечение
	Тема 15. Деловая и коммерческая переписка
	Тема 16. Принципы делового общения в Интернет-пространстве
<b>Раздел 4. Инновации в деловых коммуникациях</b>	Тема 17. Деловая презентация. Принципы построения и структурные особенности
	Тема 18. Новые явления в деловой коммуникации или что такое бизнес-сленг?
<b>Раздел 5. Этические принципы и кросс-культурная основа деловых</b>	Тема 19. Этические принципы деловых коммуникаций
	Тема 20. Роль имиджа в деловых коммуникациях
	Тема 21. Особенности деловых коммуникаций в мультинациональных компаниях.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Управление проектами</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>4 ЗЕ (144 часа)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
<b>Раздел 1. Введение в анализ и управление проектами</b>	Понятие проекта. Понятие управление проектами. Понятие инвестиционного проекта и их классификация. Отличие операционной и проектной деятельности. Критерии успешности проекта. Ограничения проекта. Основные причины неудач проектов. Организационное окружение проектов. Заинтересованные стороны проекта. Управление заинтересованными сторонами проекта. Жизненный цикл проекта. Классический проектный менеджмент. Семейство итеративно-инкрементальных методов Agile. Фреймворки Scrum, Kanban.
<b>Раздел 2. Проектный анализ и его виды</b>	Основные принципы современного проектного анализа. Этапы анализа. Стратегический анализ проекта. Технический анализ проекта. Маркетинговый анализ проекта. Анализ рисков проекта. Построение реестра рисков.
<b>Раздел 3. Анализ экономической эффективности инвестиционного проекта</b>	Оценка финансово-экономической эффективности проекта на прединвестиционной стадии. Особенности оценки эффективности инновационных проектов.
<b>Раздел 4. Основные этапы анализа и управления проектами</b>	Планирование проекта. Базовый план. Метод «набегающей волны». Создание иерархической структуры работ (ИСР/WBS). Декомпозиция. Планирование управления расписанием. Определение последовательности работ. Оценка длительности операций. Инструменты разработки расписания. Управление командой проекта.
<b>Раздел 5. Мониторинг и контроль проектов</b>	Финансовый мониторинг. Контроль содержания проекта. Анализ отклонений. Контроль расписания проекта. Метод освоенного объема. Методы прогнозирования в проекте.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Международный маркетинг</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>53Е (180 часов)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины:</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
<b>Раздел 1. Основы Международного маркетинга</b>	<b>Тема 1. Природа международного маркетинга: проблемы и возможности.</b> Теоретические аспекты международного маркетинга. Современные проблемы и возможности его реализации.
	<b>Тема 2. Торговые и маркетинговые барьеры.</b> Сущность торговых и маркетинговых барьеров. Виды торговых барьеров. Тарифные барьеры. Нетарифные барьеры. Особенности деятельности основных международных организаций, деятельность которых направлена на регулирование отношений между странами в области международной торговли.
	<b>Тема 3. Политическая и правовая среда в международном маркетинге.</b> Разнообразие политической среды. Типы правления. Политические риски. Методологии оценки социально-политических рисков. Разнообразие правовых сред. Правовые системы. Причины интеграции стран.
	<b>Тема 4. Иностранная потребительская и деловая культура.</b> Сущность потребительской и деловой культуры. Виды международных культур. Модели кросс-культурного поведения при ведении бизнеса. Теория высоко- и низко- контекстуальных культур. Трудности в невербальной межкультурной среде.
	<b>Тема 5. Поведение потребителей в международном контексте: психологические и социальные аспекты.</b> Модели психографического сегментирования VALS, VALS2, LOV.
	<b>Тема 6. Маркетинговые исследования.</b> Маркетинговая информация. Основные секторы рынка маркетинговой информации. Виды и источники маркетинговой информации. Этапы международных маркетинговых исследований. Проблемы международных маркетинговых исследований.
<b>Раздел 2. Особенности международного маркетинга</b>	<b>Тема 7. Продуктовые стратегии и планирование.</b> Продукт в международном маркетинге. Жизненный цикл международного продукта. Стандартизация и адаптация.
	<b>Тема 8. Каналы распространения и документация.</b> Каналы распределения в маркетинге. Теоретические аспекты распределения. Основные виды посредников. Особенности посредников в международном маркетинге. Интернет-распределение в международном маркетинге.
	<b>Тема 9. Стратегии продвижения.</b> Коммуникации в международном маркетинге. Стимулирование сбыта и реклама в международном

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

	<p>маркетинге. Влияние интернета на продвижение в международном маркетинге.</p>
	<p><b>Тема 10. Проблемы рекламы в международном масштабе.</b> Сущность и особенности международной рекламы. Проблемы и нормы международной рекламы. Организация и критерии международной рекламы</p>
	<p><b>Тема 11. Стратегии ценообразования: Основные решения.</b> Цена и ее роль в международном маркетинге. Модели ценообразования. Цена и маркетинговая аналитика. Стратегия ценообразования при выходе на новый зарубежный рынок.</p>
	<p><b>Тема 12. Стратегии выхода на зарубежный рынок.</b> Предпосылки и этапы выхода компаний на международный рынок. Виды стратегий выхода на международные рынки. Задачи, решаемые с помощью выхода на зарубежный рынок.</p>
	<p><b>Тема 13. Решения по брендированию и упаковке продукции.</b> Сущность бренда в международном маркетинге. Отличия «бренда» от товарной марки. Роль брендов с мировой торговле. Страновой и региональный брендинг. Алгоритм товарного брендинга.</p>

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	Цифровые рынки и Unit-экономика
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Цифровой рынок. Анализ и прогнозирование	Тема 1.1. Понятие цифрового рынка. Мировой рынок цифровых проектов
	Тема 1.2. Принципы маркетинга при анализе и прогнозировании цифрового рынка Тема 1.3. Базовые показатели оценки, анализа и прогнозирования рынка
Раздел 2. Бизнес-модели на цифровом рынке	Тема 2.1 Сущность цифровых проектов. Основные отличия электронных и традиционных проектов. Классификация цифровых проектов.
	Тема 2.2. Бизнес-модель Canva. Цифровая трансформация бизнес-моделей. Цифровые и ассиметричные бизнес-модели Цифровые платформы.
Раздел 3. Базовые этапы создания цифрового проекта, на примере интернет-проекта	Тема 3.1. Интернет-проект. Сущность. Классификация. Монетизация
	Тема 3.2. Базовые этапы разработки интернет-проекта. Основные задачи.
	Тема 3.3 Этап 1. Начало проекта. Анализ конкурентной среды проекта Определение рисков проекта
	Тема 3.4. Этап 2. Организация и подготовка. Стейкхолдеры и целевая аудитория. Календарный план и команда проекта
	Тема 3.5. Этап 3. Выполнение работ проекта. Веб-сайт как основа интернет-проекта. Способы создания веб-сайтов. Подготовка ТЗ для сайта. Регистрация доменного имени. Хостинг-вебсайтов Продвижение интернет-проектов.
	Тема 3.6. Этап 4. Завершение работы. Исполнение. Тестирование. Аналитика
Раздел 4. Unit-экономика	Тема 4.1. Unit-экономика – метод расчета эффективности цифровых проектов
	Тема 4.2. Расчет Unit-экономики. Основные показатели. Примеры расчетов. Шаблоны и калькуляторы для расчета unit-экономики



Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	«Нейронные сети и машинное обучение»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Модели нейрона	Тема 1.1. Модель биологического нейрона.
	Тема 1.2. Искусственный нейрон. Персептрон - нейрон с пороговой функцией активации. Обучение нейрона.
	Тема 1.3. Модель одного нейрона в полносвязной нейронной сети. Функции отклика. Функции потерь.
Раздел 2. Типы нейронных сетей	Тема 2.1. Классификация нейронных сетей.
	Тема 2.2. Реализация нейронных сетей.
Раздел 3. Многослойные нейронные сети	Тема 3.1. Архитектуры нейронных сетей.
	Тема 3.2. Слои нейронных сетей
	Тема 3.3. Процесс прохождения данных через нейронную сеть.
Раздел 4. Многоклассовая классификация	Тема 4.1. Полносвязная нейросеть.
	Тема 4.2. Многоклассовая классификация.
	Практическое задание в Python.
Раздел 5. Обучение нейронных сетей	Тема 5.1. Эффективное обучение нейронных сетей.
	Тема 5.2. Обучение на больших выборках.
	Практическое задание в Python.
Раздел 6. Сверточные нейронные сети	Тема 6.1. Операция свёртки.
	Тема 6.2. Архитектура свёрточной нейронной сети. Свёрточный слой. Пулинг (Pool) слой.
	Тема 6.3. Техника Transfer Learning.
	Практическое задание в Python.
Раздел 7. Рекуррентные нейронные сети	Тема 7.1. Forward pass.
	Тема 7.2. Backward pass.
	Тема 7.3. Архитектура рекуррентного нейрона. Long-short term memory Unit (LSTM). Схема LSTM-нейрона. Gated recurrent Unit (GRU).
	Тема 7.4. Двухнаправленные рекуррентные нейронные сети.
	Практическое задание в Python.
Раздел 8. Применение нейронных сетей	Тема 8.1. Проблемы применения нейронных сетей.
	Тема 8.2. Применение нейронных сетей для обработки естественного языка и речи, компьютерного зрения и задач управления в робототехнике.
	Тема 8.3. Визуализация данных.
	Тема 8.4. Повышение экономической эффективности реальных проектов при внедрении нейронных сетей.
Раздел 9. Введение в искусственный интеллект (Artificial Intelligence)	Тема 9.1. История искусственного интеллекта: тест Тьюринга; персептрон Розентблатта; экспертные системы; Deep Blue; данные; Watson и DeepMind; GPT-3 и AlphaFold.
	Тема 9.2. Области искусственного интеллекта: Глубинное обучение (Deep learning); Data Science; Data Mining; Большие данные (Big Data).
	Тема 9.3. Технологии работы с большими данными.
	Тема 9.4. Методология управления проектами по анализу данных.
Раздел 10. Машинное обучение (Machine Learning)	Тема 10.1. Методы машинного обучения.
	Тема 10.2. Решаемые задачи.
	Тема 10.3. Преимущества машинного обучения.
	Тема 10.4. Недостатки машинного обучения.
Раздел 11. Технология машинного обучения	Тема 11.1. Задача обучения с учителем.
	Тема 11.2. Понятие «Прецедента».

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	«Нейронные сети и машинное обучение»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
	Тема 11.3. Тестовая выборка.
	Тема 11.4. Метрики.
	Тема 11.5. Переобучение.
	Тема 11.6. Математические методы машинного обучения: пороизводные, векторы, линейные модели, логистическая регрессия.
	Тема 11.7. Примеры.
	Практическое задание в Python.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Анализ среды функционирования</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	5/180
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Базовые модели анализа среды функционирования	Тема 1.1. Основы методологии анализа среды функционирования
	Тема 1.2. Модель ССР и модель ВСС
	Тема 1.3. Способы учета нежелательных выходов в моделях анализа среды функционирования
Раздел 2. Продвинутое моделирование среды функционирования	Тема 2.1. Динамические модели анализа среды функционирования
	Тема 2.2. Многоэтапные и сетевые модели анализа среды функционирования
	Тема 2.3. Практические приложения методологии анализа среды функционирования к решению задач менеджмента и маркетинга

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Basic econometrics with Eviews / Основы эконометрики с использованием Eviews</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Introduction	What is econometrics and econometric analysis?
	Relevant topics from basic statistics courses
Simple Regression Analysis	The simple regression model
	Ordinary least squares
Properties of the Regression Coefficients and Hypothesis Testing	Properties of the regression coefficients
	Hypothesis Testing
	t-tests and confidence intervals
Multiple Regression Analysis	Multiple regression model
	Multicollinearity
	Scaled coefficients
Nonlinear relationship	Basic procedure
	Comparing linear and logarithmic specifications
	Cobb-Douglas production function as an example of nonlinear relationship
Dummy variables	What is a dummy variable and how to use it
	Set of dummy variables
	Slope dummy variables
Heteroscedasticity	Heteroscedasticity and its implications
	How to detect heteroscedasticity
	What to do about heteroscedasticity

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Basic econometrics with Excel / Основы эконометрики с использованием Excel</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. <b>Relevant topics from Statistics</b>	Тема 1.1. Types of data
	Тема 1.2. Frequency and Probability Distribution
	Тема 1.3. Normal Distribution
Раздел 2. <b>Hypothesis testing</b>	Тема 2.1. Steps of hypothesis testing
	Тема 2.2. Type I and Type II errors
	Тема 2.3. P-value and Type I & II errors
Раздел 3. <b>Simple Regression Analysis</b>	Тема 3.1. What is a regression model?
	Тема 3.2. Main steps of econometric analysis
	Тема 3.3. Simple regression model
Раздел 4. <b>Multiple regression analysis</b>	Тема 4.1. Multiple regression model
	Тема 4.2. Interpretation of the Multiple Regression Coefficients
	Тема 4.3. t-tests and Multicollinearity
Раздел 5. <b>Introduction to Time Series Analysis</b>	Тема 5.1. The objectives of Time Series Analysis
	Тема 5.2. Trend Models
	Тема 5.3. Residual diagnostics: autocorrelation

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Наименование дисциплины	<b>Инфографика и технологии презентации в корпорациях</b>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>Раздел 1. Введение в презентации</b>	<p><b>Тема 1: Основные этапы коммуникационного процесса</b> Коммуникационный процесс, его виды и основные особенности. Этапы коммуникационного процесса. Роль кодирования и декодирования. Образы, вербальные и невербальные элементы коммуникации. Особенность публичных коммуникаций.</p> <p><b>Тема 2. Понятие презентации.</b></p> <p>Роль презентации в профессиональной деятельности менеджера и маркетолога. Виды презентации.</p>
<b>Раздел 2. Инструменты создания презентаций</b>	<p><b>Тема 3: Традиционные технические средства презентации</b></p> <p>Особенности использования доски для презентации. Ограниченность возможностей с точки зрения масштаба презентации, многочисленности аудитории. Особенности использования флип-чарта (планшета на треноге). Навыки работы с флип-чартом, использование цветных маркеров.</p> <p><b>Тема 4: Устные инструменты для создания персонального бренда.</b></p> <p>Особенности использования программы Power Point Microsoft. Преимущества и недостатки программы Power Point Microsoft. Что такое «идеальный слайд». Структура слайда. Текст в слайде. Роль и возможности использования в слайде образов, символов и фотографий. Интернет как источник информации для слайдов.</p> <p><b>Тема 5. Использование компьютерных программ подготовки презентаций Mac OS и Prezi.</b></p> <p>Особенности компьютерных программ Mac OS (Apple Keynote) и Prezi. Причины их ограниченного применения. Перспективы и возможности. Особенности использования различных компьютерных программ в различных компаниях (Coca Cola Russia и др.)</p>
<b>Раздел 3. Планирование и реализация презентаций</b>	<p><b>Тема 6. Подготовка презентации. Концепция и цель выступления.</b></p> <p>Особенности презентации как современной формы публичных выступлений. Требования к структуре презентации. Комплексный характер использования</p>

	<p>технических средств при подготовке презентации.</p> <p><b>Тема 7. Проведение презентации.</b></p> <p>Роль вступления. Структура основной части. Завершение, выводы. Ответы на вопросы. Сочетание публичного выступления с демонстрацией слайдов, использования других технических средств. Современные инструменты подготовки инфографики. Доминирующее значение публичного выступления.</p> <p><b>Тема 8. Навыки публичного выступления.</b></p> <p>Соотношение содержания и невербальных элементов выступления. Роль голоса (громкости, тембра) при презентации. Общий вид (образ) выступающего, осанка, одежда. Жестикуляция, «работа рук». Мимика, необходимость положительной установки (эмпатии). Проблема психологической зажатости и пути ее решения. Проблема «временного фактора, регламента презентации. Управление временем презентации</p>
--	--

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Наименование дисциплины	Личный брендинг
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>Раздел 1. Основные понятия персонального брендинга</b>	<b>Тема 1. Базовые определения и задачи персонального брендинга</b> Структура курса. Определение брендинга. Сущность, цели, задачи и принципы персонального брендинга. Плюсы от персонального бренда.
	<b>Тема 2. Позиционирование персонального бренда</b> Определение позиционирования. Виды позиционирования. Задачи позиционирования персонального бренда.
<b>Раздел 2. Инструменты персонального брендинга</b>	<b>Тема 3: Анализ и подготовка к созданию персонального бренда</b> SWOT-анализ самого себя. Требования к профессионализму. Основы планирования собственной работы.
	<b>Тема 4: Устные инструменты для создания персонального бренда.</b> «Речь в лифте». Правильное приветствие. Речевые шаблоны, необходимые для выстраивания персонального бренда.
	<b>Тема 5: Письменные инструменты для создания персонального бренда.</b> Материалы, необходимые для коммуникаций персонального бренда. Как правильно писать текст о персональном бренде. Создание резюме.
<b>Раздел 3. Управление персональным брендом</b>	<b>Тема 6: Точки контакта персонального бренда</b> Как определить точки контакта персонального бренда. Виды точек контакта. Как правильно улучшать точки контакта.
	<b>Тема 7: Социальные сети как инструмент развития персонального бренда</b> Различие социальных сетей. Медиаперсона. Контент-стратегия и контент-план.
	<b>Тема 8: Персональный бренд студента/выпускника</b> Задачи, которые решает персональный бренд выпускника. Задачи студента по созданию персонального бренда. Задачи выпускника по созданию персонального бренда. Как выстроить свое правильное позиционирование.



Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Мобильный сторителлинг</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>33Е (108 часа)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Раздел 1. Введение в сторителлинг: предназначение и виды историй	Введение в сторителлинг. Основные понятия. Структура историй. Создание историй в разным форматах и управление ими
Раздел 2. Журналистика данных	Сторителлинг данных. Поиск и анализ данных. Стиль, редакция и работа с текстом историй. Особенности презентаций и инфографики для визуализации данных.
Раздел 3. Сторителлинг в бизнесе	Сторителлинг в бизнесе. Особенности маркетингового текста. Оценка эффективности сторителлинга и влияние на unit-экономику
<b>Раздел 4. Мобильный сторителлинг</b>	Мобильные приложения и дружелюбные интерфейсы. Сторителлинг для приложений и игр

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>MOVE: Business Communication / Межкультурная деловая англоязычная коммуникация</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>3 ЗЕ ( 108 час.)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
<b>Раздел 1. Networking</b>	Тема 1.1. How to present yourself effectively
	Тема 1.2. Active listening
	Тема 1.3. First contact: Polite personal questions
	Тема 1.4. How to use body language
	Тема 1.5. Second meeting: How to renew a relationship
	Тема 1.6. Distant vs face-to-face relations
<b>Раздел 2. Communication and symbols</b>	Тема 2.1. The use of stress
	Тема 2.2. The use of intonation. Voice and breathing
	Тема 2.3. Making the right impression. Using irony and sarcasm
	Тема 2.4. Using language to avoid responsibility
	Тема 2.5. Direct vs indirect communication. The rules of communication
<b>Раздел 3. Business meetings</b>	Тема 3.1. Meetings logistics. Always be prepared
	Тема 3.2. Types of business meeting. Writing a memo to convene a staff meeting
	Тема 3.3. Small talk and ice breakers
	Тема 3.4. Polite instructions and requests
	Тема 3.5. Opening a business meeting. Closing a business meeting.
	Тема 3.6. Business meetings and the role of English
<b>Раздел 4. Business correspondence</b>	Тема 4.1. Business letter layout. Types of business letter
	Тема 4.2. Using an appropriate writing style
	Тема 4.3. Abbreviations in business correspondence
	Тема 4.4. Developing email writing skills
	Тема 2.5. Proofreading your message. Commas and how to use them

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Lean startup canvas</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>2 ЗЕ (72 часа)</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
<b>Раздел 1. Общая схема описания, анализа и построение бизнес-модели</b>	Определение и понятие бизнес-модели. Требования к шаблону бизнес-модели. Структура бизнес-модели. Блоки и шаблон бизнес-модели.
<b>Раздел 2. Построение типовых бизнес-моделей</b>	Виды и способы построения типовых бизнес-моделей. Разделение бизнес-модели. Бизнес-модель «Длинный хвост» и особенности ее реализации в электронном бизнесе. Многосторонние платформы. Бизнес-модели с бесплатным ценностным предложением. Открытые бизнес-модели.
<b>Раздел 3. Разработка дизайна бизнес-модели</b>	Основные инструменты построения бизнес-модели. Карта эмпатии. Создание «конструктора потребителя». Мозговой штурм. Прототипирование. Метод сценарного планирования. Факторы и ограничения.
<b>Раздел 4. Стратегия управления бизнес-моделями</b>	Среда бизнес-моделирования. Оценка бизнес-модели. Анализ общей картины существующей бизнес-модели. SWOT-анализ структурных блоков. Бизнес-модели и стратегия «голубого океана». Модель 4-х действий и концепция инновации. Управление множественными бизнес-моделями.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

Наименование дисциплины	<b>Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях</b>
Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2/72
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
<b>Раздел 1. Предпосылки становления поведения потребления</b>	<b>Тема 1. Поведение потребителя: объект и предмет научной дисциплины.</b> Понятие и содержание потребительского поведения. Объективные предпосылки формирования научной дисциплины «Поведение потребителя». Основные этапы развития науки о поведении потребителей. Модернизм и постмодернизм.
	<b>Тема 2. Методология изучения потребительского поведения.</b> Факторы внешней среды, оказывающие влияние на изменение направлений анализа в рамках потребительского поведения. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Понятие потребления. Характеристика процесса потребления.
	<b>Тема 3. Консьюмеризм, этика и социальная политика</b> Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм.
<b>Раздел 2. Микроуровень: психология потребительского поведения.</b>	<b>Тема 4. Восприятие. Обучение. Использование мотивационных теорий в маркетинге.</b> <u>Восприятие</u> : основные подходы к определению, элементы. Физиологические основы восприятия. Свойства процесса восприятия.
	<b>Тема 5. Эмпирические аспекты потребления.</b> Эмоции и их влияние на поведение потребителя. Классические и современные направления изучения личности. Потребительские установки: методы изучения и факторы изменения.
<b>Раздел 3. Макроуровень: социология потребления.</b>	<b>Тема 6. Особенности влияния референтных групп и межличностных коммуникаций на поведение потребителей.</b> Направления использования влияния лидеров мнений в маркетинге. Референтные группы: определения, типы и формы влияния.
	<b>Тема 7. Влияние изменения института семьи на её потребление. Социальная стратификация и принятие потребительских решений.</b> Семья и домохозяйство. Факторы, влияющие на потребление семьи. Форма, жизненный цикл семьи (Россер, Харрис) и особенности потребления.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

	<p><b>Тема 8. Потребительская культура.</b> Основные подходы к определению потребительской культуры (Симоненко, Степченко, Ростовцева, Казанский). Характеристики и элементы потребительской культуры. Модель и механизм формирования потребительской культуры. Синдром потребительства. Новая религия потребления.</p>
<p><b>Раздел 4. Процесс принятия потребительских решений</b></p>	<p><b>Тема 9. Трансформация институтов потребления в современных условиях.</b> Институты потребления. Магазин как социокультурное поле. Стратегии конвергенции ритейла с досуговыми, культурными, образовательными институтами. Doing shopping VS Goingshopping. Шопинг (going shopping) как социальная активность, игра, досуг, зависимость.</p> <p><b>Тема 10. Процесс принятия индивидуальными потребителями решения о покупке.</b> Процесс принятия потребительских решений: сущность, этапы факторы влияния. Осознание потребностей. Виды потребностей.</p> <p><b>Тема 11. Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений.</b> Р. Белк о влиянии ситуационных переменных на поведение потребителей.</p>

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Имитационное моделирование</b>
<b>Объём дисциплины</b>	<b>3/108</b>
<b>Краткое содержание дисциплины</b>	
<b>Название разделов (тем) дисциплины</b>	<b>Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:</b>
Раздел 1. Имитационное моделирование как метод исследования	Основные понятия и области применения имитационного моделирования. Стандарты, методики и инструменты, применяемые при аудите кибербезопасности
Раздел 2. Моделирование экономических угроз в менеджменте	Процессное имитационное моделирование и его приложения в менеджменте и экономике. Модели и методы системной динамики: наиболее существенные приложения в менеджменте и экономике.
Раздел 3. Финансовое моделирование. Unit-экономика	«Электронное правительство»: когнитивные центры и аналитика стратегического планирования

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>«Управление устойчивым развитием и ESG инвестиции»</b>
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	<b>3/108</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 1. Концепция устойчивого развития	Тема 1.1. Глобальное управление устойчивым развитием
	Тема 1.2. Актуальные проблемы государственного управления устойчивым развитием
	Тема 1.3. Управление климатическими рисками
	Тема 1.4. Управление развитием урбанизированных территорий

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

<b>Наименование дисциплины</b>	«Управление устойчивым развитием и ESG инвестиции»
<b>Объём дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</b>	3/108
<b>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<b>Разделы</b>	<b>Темы</b>
Раздел 2. Энергетический переход	Тема 2.1. Вопросы устойчивого развития энергетики
	Тема 2.2. Экономика возобновляемой энергетики
	Тема 2.3. Передовые технологии и перспективы развития мировой энергетики
	Тема 2.4. Глобальная энергетическая безопасность
Раздел 3. Финансовые инструменты устойчивого развития	Тема 3.1. «Зеленые» финансовые инструменты
	Тема 3.2. Международные стандарты нефинансовой отчетности
	Тема 3.3. Рейтинги ESG
Раздел 4. Экономические механизмы циркулярной экономики	Тема 4.1. Основные принципы циркулярной экономики
	Тема 4.2. Циркулярные бизнес-модели.
	Тема 4.3. Расширенная ответственность производителя.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Управление на основе анализа данных и бизнес-аналитика» по направлению **38.04.01 Экономика, 38.04.02 Менеджмент**

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой  
Экономико-математического  
моделирования**

---

Должность, БУП



---

Подпись

**Балашова С.А.**

---

Фамилия И.О.