

## **Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей)**

### **Б1.Б.01 Эволюция управленческих теорий**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины «Эволюция управленческих теорий» – формирование у обучающихся представлений о факторах, условиях и этапах развития управленческой мысли, приобретение ими знаний и навыков в области создания и развития современных систем управления.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование у обучающихся понимания закономерностей эволюции управленческих теорий и их значения для современной теории и практики менеджмента;
- формирование целостного представления о подходах, моделях и методах современного управления;
- развитие творческого мышления обучающихся.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной единицы:**

Менеджмент как наука. Система управления: основные понятия. Основные этапы формирования теорий управления. Школа научного менеджмента. Административная школа. Школа «идеальной бюрократии». Мировой опыт развития управленческих взглядов (НОТиУ, HR) и российские управленческие исследования и практика начала 20 в. Доктрина человеческих отношений. Поведенческие науки в менеджменте. Социально-экономические системы: основные свойства. Законы (правила) кибернетики в приложении к менеджменту. Математические и статистические методы в менеджменте, моделирование. Концепция исследования операций. Новый этап развития теории и практики менеджмента в последней трети 20 века. Советский опыт реформирования управления. Факторы и условия формирования новой парадигмы управления. Основные черты. Новая парадигма и практика: взаимообогащение (стратегическое видение, информационные системы, всеобщее управление качеством, новые организационные формы, обучающиеся организации).

**Формы текущей аттестации:** эссе, тест, доклад.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общекультурные (ОК): ОК-1, ОК-3.

### **Б1.Б.02 Современные проблемы менеджмента**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины является формирование у обучающихся представлений (знаний) о методах формирования адекватных современным требованиям систем управления, умений и навыков эффективного решения возникающих при этом задач.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование системного подхода («видения») к постановке и решению задач построения эффективных систем управления;
- формирование знаний и навыков владения методами управления на основе современной информационной технологии;
- овладение методами выбора рациональных организационных форм и организационного проектирования;
- овладение знаниями в области построения управленческих отношений, умениями оценивать подготовленность и эффективность менеджмента;
- формирование знаний, умений и навыков оценивания и повышения эффективности менеджмента.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной единицы:**

Системы управления, основные понятия. Менеджмент как процесс. Место менеджмента в системе наук. Менеджмент XXI века: теория и практика. Причины, факторы и условия формирования новой парадигмы, ее сущность и содержание, в т.ч. в приложении к российскому менеджменту. Стратегическое видение. Актуализированные представления о целях (целеполагании) и стратегиях управления. Информация, информационно-коммуникационные, технологии, информационные системы (современная организация). Документационное обеспечение управления: система, стандарты, технологии. Управленческие решения: алгоритм и методы разработки, оценки и принятия (вариативного выбора). Требования к качеству. Цикл «разработка (принятие) – реализация-контроль». Типология организаций и организационных структур управления (ОСУ). Новые организационные формы (связи «новые формы предпринимательства – ОСУ», «технологии – структура», «стратегия-структура»). Проектирование ОСУ: алгоритм, методы, оценки. Современный менеджер. Социальная роль и теория качеств. Компетентностный подход. Система подготовки. Стилль и методы руководства. Лидерство. Авторитет. Угрозы: бюрократия, конформизм, коррупция. Организация управленческого труда: современный взгляд. Социальные группы. Типология. Формальные и неформальные группы. Малая группа. Группирование и структура организаций. Формирование групп: мотивы, эффективный интервал; факторы, качества и характеристики; условия. Команды: свойства, преимущества. Групповая динамика. Цикл, управление развитием. Зрелость. Групповые эффекты: преимущества и угрозы. Управление конфликтами. Место конфликтов в организационном развитии. Причины возникновения. Типология. Управление. Цикл (процесс) возникновения, развития и разрешения конфликта. Методы разрешения. Конфликты «изменение – сопротивление». Алгоритм реализации изменений и преодоление сопротивления. Оценки приобретений и потерь в результате разрешения конфликтов. Социальная ответственность бизнеса (менеджмента). Бизнес и общество. Концепции корпоративной социальной ответственности (КСО). Комплекс норм (структура) КСО. Социальные стандарты. КСО. Концепция «Достойный труд». Мировая и российская практики. Участие работников в управлении (партисипативное управление – ПУ). Власть и управление. Сущность и эффект ПУ. Мотивы и источники. Нормативные основания, российское законодательство о ПУ. Формы ПУ. Социальное партнерство. Делегирование полномочий. Общественные институты. Мировой и российский опыт. Управление социальным развитием. Критерии уровня социального развития организаций. Целеполагание и планирование (стратегическое, тактическое). Организация. Оценки. Эффективность менеджмента. Качество и эффективность менеджмента. Основные подходы к оценке эффективности (целевой, ресурсный). Критерии (общие и частные) и методы оценки. Барьеры достижения эффекта. Зависимость. «Культура– стратегия– эффективность».

**Формы текущей аттестации:** эссе, доклад.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общекультурные (ОК): ОК-2; ОК-3;

общепрофессиональные (ОПК): ОПК-2, ОПК-3.

### **Б1.Б.03 Иностранный язык в профессиональной сфере**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

Основной **целью** обучения является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, развитие навыков и умений во всех видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении, письме) для активного применения иностранного (английского) языка в профессиональном общении.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- развитие навыков публичной речи (сообщение, доклад, дискуссия);

- развитие навыков чтения специальной литературы с целью получения профессиональной информации, знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода по специальности;

- развитие основных навыков письма для подготовки публикаций и ведения переписки по специальности, а также, коммуникативная функция иностранного языка (английского) для профессионального общения, достижения профессиональных целей и решения профессиональных задач (научно-исследовательских, проектно-экономических, аналитических, организационно-управленческих).

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Профессиональная лексика. Сфера профессиональной и кросс культурной коммуникации. Перевод как средство осуществления профессиональной деятельности; основы сопоставительного анализа. Переводческие трансформации: лексические и грамматические. Иноязычное общение реализуется в основном в рамках следующих тем: личные деловые контакты, общение по телефону, общение на конференции, в гостинице, в аэропорту и т.д., поиски работы, интервью, резюме, рекомендации, деловая встреча, ведение переговоров, научно-практическая конференция, презентация научной темы/эксперимента, профессиональный научный рост и повышение квалификации, деловое письмо, информация и информационные технологии, менеджмент (в т.ч. типы организаций, организационные процессы, взаимодействие научного сотрудника и организации, корпоративная культура).

**Формы текущей аттестации:** эссе, творческое задание, контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет, экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

обще профессиональные (ОПК): ОПК-1.

**Б1.Б.04 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель и задачи** учебной дисциплины: обучающийся должен овладеть знаниями об основных методологических позициях в современном гуманитарном познании, уметь определить предметную область исследований, применять методологию гуманитарной науки для решения профессиональных проблем; иметь представление о требованиях, предъявляемых современной культурой к профессиональной деятельности; корректировать собственную профессиональную деятельность с учетом ориентиров и ограничений, налагаемых культурой.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Статус филологии как основополагающей гуманитарной дисциплины. Статус филологии как «службы понимания» другого. Задачи практической филологии. Гуманитарные аспекты профессионального самоопределения и становления личности. Проблема соотношения между процессом раскрытия личности и мерой личностной свободы. Язык и художественное слово как средства формирования профессионального мировоззрения. Кризис традиционных форм познания в современную эпоху. Вызовы постмодернизма. Современное гуманитарное познание и его перспективы. Основные методологические позиции в современном гуманитарном познании. Определение прогресса и регресса. Проблема смысла и направленности исторического прогресса. Социальные функции художественной литературы. Позитивистский, марксистский и иные подходы. Цели социологии литературы в их отнесенности к профессиональной деятельности человека. Проблема метода в современном культурном пространстве. Отечественное и зарубежное как две стороны одного целого: гуманитарное понимание. Междисциплинарность как основной методологический принцип в интерпретации современного текста. Литература как

самосознание культуры. Современное осмысление понятий «цивилизация», «культура» и «варварство». Идеи воспитания «человека культуры» и гуманизация образования. Аксиологическая парадигма как основа гуманизации образования. Понятие о ценностях и классификация ценностей образования.

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
обще профессиональные (ОПК): ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3.

### **Б1.Б.05 Компьютерные технологии в менеджменте**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** – теоретическая и практическая подготовка обучающихся по получению знаний и практических навыков в области компьютерных технологий.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: усвоение теоретических знаний и практических навыков в области компьютерных технологий сбора и обработки сведений об управляемом объекте, методов и средств оптимального сжатия и структурирования итоговой информации, передаваемой лицу, принимающему решение, технологий совместной обработки аналитической информации.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Аспекты информатизации экономической сферы. Направления развития ИТ экономики. Технологии обработки данных. Критерии выбора. Распределенная обработка данных. Задачи и концепции решений. Интегрированные экономические системы. Функциональные и обеспечивающие подсистемы. Аспекты ИТ- менеджмента. Экономическая эффективность ИС. Факторы, влияющие на производительность создаваемой ИС. Интеллектуальные методы анализа данных. Интеллектуальные информационные системы. Основы построения и использования. Методы формирования знаний. Экспертные системы. Системы управления знаниями.

**Формы текущей аттестации:** реферат, доклад.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
общекультурные (ОК): ОК-1;  
обще профессиональные (ОПК): ОПК-3.

### **Б1.Б.06 Методы исследований в менеджменте**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** дисциплины является изучение методологии научных исследований в менеджменте. При этом ставится задача - изучение методологических принципов и методов научных исследований в менеджменте, всеобщих и предметных, методов исследования по функциям управления. Обучающийся должен знать: теорию и методологию научного исследования, стадии цикла развития предприятия и приоритетные направления развития, предметные методы научного проектирования

Основными **задачами** учебной дисциплины:

- использовать современные методы исследования для решения оперативных и стратегических задач.
- анализировать деятельность предприятия;
- определять приоритеты развития организации;
- применять различные стратегии НИОКР в зависимости от стадии развития
- владеть методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- обучить навыкам применения методологии функций управления: анализа, планирования, организации.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», базовая часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Теория и методология научного исследования. Методология менеджмента. Стадии цикла развития организации. Несостоятельность и антикризисное управление. Приоритеты развития организации. Методы АУ. Система анализа и планирования финансового оздоровления. Модернизация предприятия. Предметные методы.

**Формы текущей аттестации:** собеседование.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Коды формируемых (сформированных компетенций):**

общекультурные (ОК): ОК-1, ОК-2;

общепрофессиональные (ОПК): ОПК-3.

## **Б1.В.01 Управленческая экономика**

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** преподавания дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для анализа сложных экономических процессов, участниками которых являются потребители, фирмы и государство, принятия обоснованных решений, обеспечивающих эффективное функционирование фирмы в условиях разных рыночных структур.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование представлений об основных фундаментальных положениях микроэкономического анализа и возможностях их практического применения,
- уяснение специфики поведения экономических агентов в условиях различных рыночных структур;
- приобретение навыков использования методов экономического анализа поведения экономических агентов и принятия обоснованных решений, обеспечивающих эффективное развитие предприятия.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Основные понятия управленческой экономики. Спрос и предложение на рынке. Количественный анализ спроса. Теория потребительского поведения. Процесс производства и издержки. Организация фирмы. Особенности функционирования фирмы в условиях различных типов рыночных структур: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии, монополии. Дифференциация товара. Основные инструменты стратегического поведения фирм. Ценовые стратегии фирм, имеющих рыночную власть. Асимметрия информации и функционирование фирмы. Роль государства в условиях современного рынка и функционирование фирмы.

**Формы текущей аттестации:** собеседование.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-5.

## **Б1.В.02 Теория организации**

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины «Теория организации» является формирование у обучающихся необходимых в их будущей профессиональной деятельности системных знаний по теории организаций, их практическому применению в управлении хозяйственными и другими организациями в современных социально - экономических условиях.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучение становления и развития теории организаций как междисциплинарной области научного знания, основные научные подходы (классическая теория организаций,

школа человеческих отношений, школа социальных систем и др.) к исследованию организаций, предмет, структура и содержание теории организаций как учебной дисциплины;

- анализ роли организаций в современном обществе, их типология и специфика;
- раскрытие законов, принципов и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой;
- определение влияния социальных, экономических и других факторов на функционирование и развитие организации;
- изучение элементов организационной системы и их взаимодействие между собой;
- определение содержания и роли миссии и целей организации; природа и легитимность власти; руководства и лидерства в организации;
- исследование системы и структуры коммуникаций, их влияние на эффективность функционирования организации, корпоративная культура и проблемы ее трансформации; причины, типология и динамика организационных конфликтов и управление ими, организационные изменения и сопротивления инновациям, сущность, планирование и реализация стратегического управления организаций.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

### **Краткое содержание ( дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Сущность и формы организационного поведения. Подходы к организации, организация как социотехническая система, подструктуры организации, функции организации, ограничения на рациональность организации. Управление организационным поведением. Понятие группы, команда как вид группы, эффективность групп и команд, динамика и жизненный цикл групп и команд, кооперативное групповое поведение. Анализ и проектирование моделей и форм организационного поведения. Особенности управления и коррекции форм поведения: инновационного, функционального, должностного, творческого, лидерского, манипулятивного и т.д. Модели и стратегии инновационного поведения, программы организационного развития и изменений с учетом особенностей инновационного поведения. Модели поведения при принятии управленческих решений.

**Формы текущей аттестации:** тест, контрольная работа.

**Формы промежуточной аттестации:** экзамен

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-6.

## **Б.1.В.03 Организационное поведение**

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** учебной дисциплины является формирование представления о поведении человека, группы и организации и их взаимном влиянии и влиянии на результаты деятельности организации.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучить влияние индивидуальных человеческих и групповых фактов на деятельность организации;
- изучить основные проблемы, возникающие в организации в связи с человеческим фактором, и методы их решения;
- раскрыть особенности поведения организации по отношению к различным индивидам и социально-экономическим группам.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Научные основы и методы организационного поведения; Личность и ее поведение в организации в организации; Групповое поведение в организации; Управление поведением организации; Власть и влияние в организации; Коммуникативное поведение в организации; Конфликты и стрессы и их влияние на поведение в организации; Организационное поведение в международном бизнесе.

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа, тестирование, собеседование, кейсы.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5.

### **Б1.В.04 Продажи: организация и управление**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины – углубление знаний и расширение практических навыков, направленных на моделирование, планирование, эффективное управление системой продаж товаров и услуг организаций.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- расширение спектра знаний обучающихся об основных особенностях организации систем продаж;
- развитие навыков анализа основных форм поведения потенциальных покупателей на различных стадиях процесса продажи с целью формирования у них внутренних установок к совершению покупки;
- освоение современных подходов, приемов и методов управления продажами на различных этапах заключения торговой сделки;
- развитие представлений об основных стратегиях продаж, отражающих современный научный взгляд на мир.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Теоретические основы управления продажами. Современные принципы и модели управления продажами. Стратегии сбыта и продаж. Управление технологией продаж. Оценка эффективности продаж. Мотивация в системе управления продажами. Психологические аспекты продажи товаров и услуг. Организация взаимодействия с потребителями.

**Формы текущей аттестации:** кейсы, задания, доклады.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5, ПК-9.

### **Б1.В.05 Управление нематериальными активами и репутацией организации**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения учебной дисциплины – формирование у обучающихся комплекса теоретических и прикладных знаний об управлении нематериальными активами и репутацией организации, стратегического мышления при разработке и поддержке соответствующего бренда.

**Задачи** учебной дисциплины:

- познакомить обучающихся с предпосылками возникновения репутационного маркетинга в системе коммуникационного менеджмента и брендинга;
- ознакомить обучающихся с эффективными формами организации и управления НМА и репутацией предприятия;
- развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративным имиджем;
- развить навыки диагностирования организационной культуры и бренда, выявления сильных и слабых сторон и разработки программы управления корпоративной репутацией;
- сформировать у обучающихся знания об основных показателях и выработать практические навыки использования количественных и качественных методик оценки НМА с позиции их влияния на рыночное положение компании.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Содержание понятия «репутация» и причины его актуальности, отличие от имиджа. Интегрирование репутации в систему менеджмента. Влияние НМА на рыночную стоимость бренда. Параметры корпоративной репутации. Репутационный менеджмент и корпоративная культура. Риски репутационные и оценка НМА. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации. Корпоративная социальная ответственность в программах управления НМА. Программа управления корпоративной репутацией.

**Формы текущей аттестации:** доклады, кейсы, тестирование.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

### **Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

обще профессиональные (ОПК): ОПК-2;

профессиональные (ПК): ПК- 5.

## **Б1.В.06 Математические методы в менеджменте**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** курса является ознакомление обучающихся с основными принципам построения, применения и анализа математических моделей и их использования при разработке конкретных проектов в сфере управления организационными системами (производственными, административными и другими). При этом изучение курса должно дать будущему специалисту возможность не только с новых позиций увидеть возникающие в реальном управлении проблемы, но и обогатить его знаниями методов и процедур, позволяющих анализировать управленческие ситуации, формировать варианты решений и выбирать оптимальные для данных конкретных условий.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- умение разрабатывать вербальные модели конкретных управленческих задач и формулировать цели систем;
- анализировать возможности и пути достижения целей, выбирать наиболее адекватные ситуации математические модели и методы;
- применять практические навыки и приемы компьютерной обработки информации для решения различных экономических задач.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Математические и системные основы исследования операций и принятия решений; Задачи математического программирования; Задачи управления запасами; Задачи сетевого планирования; Задачи упорядочения (теория расписаний); Модели динамического программирования; Элементы теории игр; Модели систем массового обслуживания; Эконометрические модели; Методы многомерной статистики.

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа, сообщения.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5.

## **Б1.В.07 Маркетинг персонала**

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** курса является формирование у слушателей системных знаний теории, моделей и методов маркетинга персонала в организации, обучение навыкам технологий проведения анализа внутреннего и внешнего рынков труда, а также позиционирования на выбранных сегментах с целью обеспечения предприятия профессионально пригодной рабочей силой.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:



- знакомство с факторами формирования персонал-маркетинговых технологий;
- познание специфики персонал-маркетинга-mix и целевых маркетингов персонала;
- формирование представления об особенностях построения основных шагов по обеспечению организации персоналом: определение потребности в персонале, анализ поведения соискателей рабочих мест на рынке труда, формирование сегментов потенциальных работников, определение требований к привлекательности рабочего места, выбор методов исследования персонала, анализ основных конкурентов.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**  
Факторы формирования персонал-маркетинговых технологий. Технология формирования и реализации персонал-маркетинговых подходов в организации. Контроль успешности маркетинга персонала. План персонал-маркетинговых мероприятий. Элементы контроля. Методы контроля.

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа, тестирование.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-6.

### **Б1.В.08 Управление рекламным бизнесом**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель** учебной дисциплины: формирование комплексного понимания процессов управления в ходе осуществления хозяйствующими субъектами рекламной деятельности, с точки зрения бизнес-процессов по созданию рекламного продукта, и с точки зрения управления организацией или подразделением, занимающимся созданием рекламного продукта.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- углубление базовых теоретических и практических знаний в области менеджмента рекламы;
- ознакомить обучающихся с современными рекламными стратегиями и особенностями рекламных войн;
- развить умения и навыки подготовки проекта рекламной кампании, создания рекламных сообщений, организации рекламной деятельности, оценки эффективности рекламы;
- формирование навыков управления организацией или подразделением, занимающимся созданием рекламного продукта.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Основы управления в рекламной деятельности. Планирование и бюджет рекламной кампании. Стратегическое планирование в коммуникативном процессе. Технологии создания рекламных продуктов. Идеи и мотивы рекламных компаний. рекламные войны. Стратегии. Роль рекламных агентств в системе маркетинговых коммуникаций.

**Формы текущей аттестации:** групповой творческий проект, индивидуальное творческое задание, доклады.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общепрофессиональные (ОПК): ОПК-2;

профессиональные (ПК): ПК- 5.

### **Б1.В.09 Современные тенденции в маркетинге**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** учебной дисциплины – подготовка специалистов, обладающих теоретической базой и практическими навыками в области маркетингового управления организацией, способных анализировать процессы, происходящие в рыночной среде и на этой основе выбирать планы развития компании, принимать эффективные решения в быстро меняющихся условиях рынка.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- понимание сущности и содержания процесса маркетингового управления деятельностью организации;
- знание методических приемов обоснования оптимальных маркетинговых решений и современных научных тенденций;
- поиск информации, сбор и обработка экономических данных, необходимых для проведения маркетингового исследования;
- анализ, оценка, интерпретация полученных результатов аналитических расчетов для обоснования выводов и управленческих решений в области формирования маркетинговой политики хозяйствующего субъекта.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Современные технологии и инструментарий управления маркетингом. Маркетинговые стратегии. Обоснование стратегических направлений развития и выявление базовых ориентиров маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов. Анализ динамики и рыночных показателей деятельности. Планирование и прогнозирование, маркетинговый контроль и аудит.

**Формы текущей аттестации:** тестирование, решение задач, кейсы.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общефессиональные (ОПК): ОПК-3;

профессиональные (ПК): ПК- 6, ПК-8.

### **Б1.В.10 Стратегический маркетинг**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** курса: сформировать представление о роли и месте стратегического маркетинга в управлении деятельности организации, приобретение и развитие компетенций в использовании основных технологий стратегического маркетинга с учетом особенностей и специфики различных сфер экономики.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- раскрыть основные принципы стратегического маркетинга на предприятии;
- освоить формы и методы информационного обеспечения маркетинговых решений;
- раскрыть механизм разработки конкурентных стратегий;
- выявить функциональные связи маркетинга на предприятии;
- изложить основные методы, инструментарий стратегического и оперативного маркетингового планирования.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание дисциплины:**

Роль маркетинга в системе управления предприятием. Стратегический маркетинг на корпоративном уровне. Ориентация компании на потребителя. Этапы реализации маркетинговой концепции. Стратегическое планирование и маркетинговое планирование. Портфельные стратегии. Конкурентные стратегии и конкурентные преимущества; Этапы разработки маркетингового плана. Бюджет маркетинга. Стратегический маркетинг на функциональном уровне. Разработка, внедрение и контроль маркетинга на предприятии. Инструментальное обеспечение стратегического маркетинга. Разработка товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной стратегий. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

**Формы текущей аттестации:** кейс, анализ ситуации, тест.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой, курсовая работа.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5, ПК-6.

### **Б1.В.11 Методы и практика рыночных исследований**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** курса: формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков применения методов исследования в рыночных отраслях и направлениях деятельности.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- расширить знания обучающихся в области методов и подходов исследования рыночного положения предприятий, предпочтений потребителей, особенностей маркетинговой среды функционирования организаций в условиях рынка;
- сформировать навыки реализации маркетинговых исследований в соответствии с конъюнктурой рынка в различных секторах экономики;
- выработать умение самостоятельного оформления результатов исследований в виде отчета.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание дисциплины:**

Значение и особенности маркетинговых исследований для производства и обращения в рыночных отраслях и направлениях деятельности. Емкость рынка и ее измерение. Методы изучения потребительских рыночных предпочтений. Процессы обслуживания: методы изучения и измерения.

**Формы текущей аттестации:** задачи, групповое творческое задание, индивидуальный проект.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

### **Б1.В.12 Экономика маркетинга**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** дисциплины – изучение методов финансово-экономического обоснования маркетинговых решений, освоение основных способов расчета ожидаемых финансово-экономических результатов планируемых маркетинговых мероприятий.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- овладение методами оценки целесообразности принимаемых решений;
- овладение способами экономического анализа маркетинговых решений и методами оценки их эффективности.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

**Краткое содержание дисциплины:**

Общие положения анализа безубыточности. Точка безубыточности и методы ее расчета. Анализ чувствительности. Обоснование нестандартных маркетинговых решений. Критерии эффективности инвестиций в маркетинговые проекты и методы их расчета. Прогноз прибыли в условиях неопределенности.

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа, решение задач.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5, ПК-8.

### **Б1.В.13 Маркетинг инноваций**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** курса: познакомить обучающихся с основными инструментами маркетинга инноваций, акцентировав внимание на особенностях маркетинга инноваций в высокотехнологичных отраслях и на стратегических проблемах маркетингового управления в фирмах.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучение теоретических аспектов и практического опыта в сфере маркетинга инноваций;
- приобретение навыков планирования процесса разработки маркетинговых инноваций, анализа и оценки их эффективности;
- ознакомление с технологиями и инструментарием управления процессом реализации проектов в сфере маркетинга инноваций.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть.

#### **Краткое содержание дисциплины:**

Маркетинг и инновационная деятельность. Методы и технологии маркетингового анализа инновационных проектов. Разработка и оценка концепции маркетинговой инновации. Особенности продвижения инновационных проектов. Управление процессом разработки и реализации проекта в сфере маркетинговых инноваций.

**Формы текущей аттестации:** эссе, кейс, деловая игра, творческий проект.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет, курсовая работа.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-6, ПК-7.

### **Б1.В.ДВ.01.01 Менеджмент качества**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины является формирование у обучающихся знаний адекватных современным требованиям системы управления качеством, умений и навыков эффективного решения возникающих при этом задач.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- формирование у обучающихся системного подхода к постановке и решению задач формирования программ организационного развития и изменений систем управления качеством;
- формирование знаний и навыков владения количественных и качественных методов для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами
- овладение знаниями, умениями и навыками оценивания и повышения эффективности менеджмента качества и конкурентоспособности организации.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины** Эволюция подходов к менеджменту качества. Экономические проблемы качества. Стандартизация в менеджменте качества. Международные стандарты ИСО серии 9000; Разработка и внедрение систем менеджмента качества (СМК). Сертификация продукции и систем качества. Инструменты контроля и управление качеством. Постоянное улучшение СМК. Процессный подход в менеджменте качества. Самооценка организации. Всеобщее управление качеством (TQM) и конкурентоспособность организации.

**Формы текущей аттестации:** тесты, задачи и задания.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4.

### **Б1.В.ДВ.01.02 Событийный маркетинг**

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины – формирование у слушателей комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной маркетинговой стратегии.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- сформировать у обучающихся понимание необходимости профессионального использования и управления событиями на всех этапах жизненного цикла товара;
- углубить у обучающихся знания, умения и навыки применения event-инструментария при поиске новых маркетинговых решений;
- развить навыки планирования событий в условиях действующей рыночной среды, а также их последующего совершенствования и развития;
- сформировать навыки критической оценки событий, в том числе анализ их маркетинговой эффективности.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:** Основные понятия событийного маркетинга. Классификация событий. Продвижение событий и управление. Инструменты и планирование событий. События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Технология разработки и реализации ивент-проекта. Оценка эффективности проведенного мероприятия.

**Формы текущей аттестации:** тесты, доклады, задания.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5.

## **Б1.В.ДВ.01.03 Избранные главы философии**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины является формирование у обучающихся базового философско-экономического фундамента, ознакомление с основными проблемами на стыке философии и экономики.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: ознакомление обучающихся с философскими основаниями экономической науки, с генезисом философско-экономических исследований, формирование представления об основных методологических парадигмах философии и экономики, демонстрация важности философских знаний для экономики.

### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Наука, научные системы и философия науки. Экономическая наука и философия. Основные принципы экономической методологии. Философские основы теории хозяйственного поведения. Этические основы экономической теории. Проблема справедливости в философии экономики. Философия теории развития (прогресса).

**Формы текущей аттестации:** контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
общекультурные (ОК): ОК-1;  
профессиональные (ПК): ПК-8.

## **Б1.В.ДВ.01.04 Корпоративный учет и отчетность в системе управления**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** раскрыть принципы и правила организации и ведения корпоративного учета и составления корпоративной отчетности на основании современного законодательства Российской Федерации о бухгалтерском учете.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- исследование проблем корпоративного учета в современных условиях функционирования экономики и необходимости повышении надежности информационного экономического пространства;

- развитие навыков формирования профессионального суждения при отражении и систематизации фактов хозяйственной жизни в корпоративном учете;

- изучение принципов учета источников финансирования деятельности корпораций различных организационно – правовых форм;

- исследование влияния методов отражения фактов хозяйственной жизни на ведение бухгалтерского учета и формирование корпоративной отчетности.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Современные направления развития бухгалтерского учета в Российской Федерации. Особенности нормативного регулирования современного корпоративного учета. Проблемы формирования информации о собственном капитале организации в корпорациях различных организационно-правовых форм. Проблемы формирования информации о внеоборотных активах в текущем учете и корпоративной отчетности. Проблемы формирования информации об оборотных активах в текущем учете и корпоративной отчетности. Особенности формирования информации о доходах и расходах в корпорациях. Информация об обязательствах в корпоративном учете и корпоративной отчетности.

**Формы текущей аттестации:** тесты, контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4.

### **Б1.В.ДВ.02.01 Интегрированные маркетинговые коммуникации**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** учебной дисциплины – изучение современных подходов в управлении маркетинговыми коммуникациями.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: исследование сущности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), их роли и места в системе маркетинга.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Сущность и содержание ИМК. Анализ различных точек зрения о сущности ИМК. Роль ИМК в системе маркетинга предприятия. Содержание основных элементов системы продвижения в контексте ИМК. Этапы планирования маркетинговых коммуникаций. Методы планирования ИМК. Эффективность ИМК. Методы оценки эффективности программ продвижения. Применение концепции ИМК в конкретных компаниях. Практические примеры реализации концепции ИМК.

**Формы текущей аттестации:** доклад, кейс, тест.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4.

### **Б1.В.ДВ.02.02 Корпоративное управление**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины-освоение обучающимися теории и практики корпоративного управления.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- определить сущность и необходимые условия возникновения корпораций,изучить подходы к созданию корпораций как интегрированных структур, виды интеграционных трансформаций и их эффективность;

- рассмотреть нормативно-правовую базу регулирования корпоративных отношений, особенности институциональной среды и внешние дисциплинирующие механизмы системы корпоративного управления в различных моделях корпоративного управления;

- изучить основные подходы к анализу и оценке корпоративных процессов компании, овладеть методами оценки качества корпоративного управления, приобрести навыки анализа корпоративных процессов в конкретных ситуациях и применения необходимых нормативно-правовых актов, регулирующих корпоративные отношения;

- систематизировать представления о текущих проблемах корпоративного управления и направлениях совершенствования международных и российских систем корпоративного управления.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Корпорации в современном мире. Теоретические основы корпоративного управления. Развитие корпоративного законодательства: зарубежный и российский опыт. Корпоративные трансформации. Оценка корпоративного управления. Корпоративные стратегии и стоимость корпорации. Корпоративная социальная ответственность.

**Формы текущей аттестации:**тесты,контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:**зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-5.

### **Б1.В.ДВ.03.01 Управление портфелем брендов**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков в области управления, оптимизации и усиления портфелей брендов для обеспечения максимизации стоимости активов предприятия и расширения бизнес-стратегии.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- всестороннее изучение построения структуры портфеля брендов, которое позволяет упорядочить использование ресурсов, обеспечить соответствие требованиям рынка и сохранить конкурентные преимущества;

- использование основополагающих концепций бренд-менеджмента и бренд-билдинга;

- разработка стратегических решений создания, расширения и ликвидации брендов компании.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Оценка источников капитала бренда, таких как: индивидуальность (идентичность) бренда, имидж бренда, сила бренда. Использование основополагающих концепций бренд-менеджмента и бренд-билдинга для целей бизнеса. Основные подходы формирования структуры портфеля брендов; разработка стратегии отдельного бренда с точки зрения распределения ролей в портфеле брендов; оценка капитала отдельного бренда в рамках портфеля. Взаимосвязь стратегии портфеля брендов компании со стратегиями бизнеса. Оптимизация и усиление портфелей брендов для обеспечения максимизации стоимости активов и расширения бизнес-стратегии для компаний различных отраслей и сфер.

**Формы текущей аттестации:**кейс,творческий проект.

**Форма промежуточной аттестации:**зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4.

### **Б1.В.ДВ.03.02 Компетентностный подход в менеджменте**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения учебной дисциплины–формирование у обучающихся знаний,уменийиспользования компетентностного подхода в системе менеджмента и навыков разработки профессиональных компетенций.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучить теорию развития компетентностного подхода;
- изучить развитие компетентностного подхода в системе образования;
- изучить практические проблемы в области формирования и оценки компетенций;
- выработать навыки формирования профиля компетенций и разработки методов и инструментов оценки компетенций.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Компетентностный подход, его сущность. История развития. Разработка модели компетенций. Компетентностный подход в управлении карьерой и создании кадрового резерва. Компетентностный подход в формировании коллектива.

**Формы текущей аттестации:** собеседование.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5.

### **Б1.В.ДВ.04.01 Креативный маркетинг**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** изучения учебной дисциплины–формирование у обучающихся необходимых вих будущей профессиональной деятельности комплекса компетенций способствующих разработке, успешных рыночных идей, обоснованию эффективных маркетинговых программ, предложению инновационных стратегий продаж, созданию уникальных акции по увеличению сбыта, нахождению креативных конкурентоспособных решений.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучить компоненты креативности и творчества, методы развития креативности и творческого потенциала сотрудников;
- изучить методы и инструменты развития групповой и индивидуальной креативности;
- развитие навыков применения методов генерации основной идеи, позиционирования, проведения диагностики по показателям отношения к инновации;
- освоение нестандартных методов решения задач в области рекламы и продвижения;
- рассмотрение инновационных подходов к продвижению, позиционированию продукта;
- знакомство с методами креативного и латерального маркетинга, обеспечивающих разработку креативных конкурентоспособных решений.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Маркетинг 21 века. Инновации: роль и сущность. Креативный подход в брендинге и маркетинговых исследованиях. Основные инструменты для разработки креативных решений. Партизанский маркетинг. Вирусный маркетинг.

**Формы текущей аттестации:** кейс,тест.



**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-8, ПК-9.

### **Б1.В.ДВ.04.02 Управленческое консультирование**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель:** Дать представление о состоянии, проблемах и перспективах эффективного использования услуг профессиональных консультантов организациями РФ.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучить возможности и ограничения управленческого консультирования;
- освоить методы оценки эффективности управленческого консультирования командной работы, принятия управленческих решений, управления проектом, разрешения конфликтных ситуаций, организации клиент-консультантского взаимодействия.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:** Сущность и содержание консультационной деятельности. Профессиональные консультанты: виды, требования. Формы организации консультационной деятельности. Процедура выбора консультационной фирмы, консультанта. Техническое задание и консультационное предложение; Контракт на оказание консультационных услуг. Организация совместной работы клиентской организации и консультационной фирмы. Методы управленческого консультирования. Качество и результативность управленческого консультирования.

**Формы текущей аттестации:** собеседование.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-5.

### **Б1.В.ДВ.04.02 Коммуникативное взаимодействие со специалистами с ОВЗ**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель:** формирование комплекса знаний, умений и навыков, обеспечивающих готовность будущих специалистов к совместной трудовой деятельности и эффективному межличностному взаимодействию со специалистами с ОВЗ.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- сформировать представления о психологических и социальных особенностях лиц с ОВЗ;
- выработка навыков психологической и социальной адаптации лиц с ОВЗ в коллективе;
- формирование у обучающихся навыков эффективного коммуникативного взаимодействия с лицами с ОВЗ и другими участниками коллектива.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Психологические основы общения. Средства и приемы коммуникации. Особенности профессионального и личностного развития лиц с ОВЗ. Роль саморегуляции в коммуникативном взаимодействии с лицами с ОВЗ. Методы коммуникативного взаимодействия с лицами с ОВЗ. Методы психологической разгрузки специалистов с ОВЗ.

**Форма текущей аттестации:** тестирование.

**Формы промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
обще профессиональные (ОПК): ОПК-2;

профессиональные (ПК): ПК-9.

### **Б1.В.ДВ.05.01 Маркетинговые информационные технологии**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** дисциплины – предоставить обучающимся знания о современных информационных системах маркетинга и обучить их основным принципам создания, обработки и анализа маркетинговой информации. Приобретенные знания позволят сформировать у обучающихся практические навыки по применению информационных систем маркетинга.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: освоение обучающимися областей применения информационных систем маркетинга, изучение базовых принципов сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Эволюция маркетинга и маркетинговых систем. Информационные системы в управлении компанией. Основные разновидности управленческих систем (ERP, CRM), системы автоматизации маркетинга, основные тенденции развития данных систем. Функциональные задачи маркетинга, решаемые с помощью информационных технологий. Программные продукты в области маркетинга. Критерии выбора программных продуктов. Информационные потоки в компании. Инструменты сбора, обработки и хранения информации о рынке, конкурентах и потребителях. Маркетинговые исследования как составляющая часть информационных систем. Инструменты анализа маркетинговой информации. Основные методы, целевые показатели. Применение результатов анализа в принятии управленческих решений. Источники маркетинговой информации в интернете. Интернет как инструмент маркетинговых исследований. Социальные сети. Блогосфера. Сообщества потребителей.

**Формы текущей аттестации:** доклад, контрольная работа, тест.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-9.

### **Б1.В.ДВ.05.02 Социологические методы исследования в менеджменте**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** дисциплины является формирование у обучающихся более глубокой системы знаний в области теории и практики использования социологических методов исследования в управленческой деятельности.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: изучение теоретических выводов об условиях, формах и методах разработки социальных технологий управления; подготовка обучающихся к выполнению исследовательских проектов и работы в менеджменте.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Методологические принципы социологического исследования. Классификация социологических методов. Опросные методы исследования в управлении. Методы наблюдения и эксперимент в менеджменте. Метод экспертных оценок, прогнозирование. Подготовка отчета и презентация результатов исследования.

**Форма текущей аттестации:** задачи и задания, собеседование

**Форма промежуточной аттестации:** зачет

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5.

### **Б1.В.ДВ.05.03 Социально-психологическая адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья к образовательной среде**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель:** изучение теоретических и практических основ в области социально-психологической адаптации обучающихся, особенно инвалидов и лиц с ОВЗ, к образовательной среде; осуществления анализа психических состояний, свойств и качеств собственной личности в процессе социально-психологической адаптации к образовательной среде.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: обеспечить освоение студентами современных методов самоорганизации и саморазвития;

– формирование у обучающихся знаний о закономерностях развития психических процессов, свойств и состояний;

– научить обучающихся формировать программу профессионального саморазвития, анализировать свои действия, преодолевать сопротивление внешней среды;

– формирование у обучающихся навыков эффективного общения, обучения, самомотивации.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Психологические особенности личности, находящейся в сложных жизненных ситуациях. Болезнь как особое жизненное условие. Характеристика процесса социально-психологической адаптации студента. Социально-психологические особенности личности «студенческого» возраста. Зависимость отношения к болезни и поведенческого стиля личности. Социально-психологические проблемы становления личности в группе и в социуме. Технологии эффективного общения. Ассертивное поведение: понятие, основные принципы и способы формирования. Основы саморегуляции личности и психического состояния. Формирование познавательной самостоятельности как фактора успешной социально-психологической адаптации студента. Урегулирование конфликтов в студенческой среде.

**Форма текущей аттестации:** тестирование.

**Формы промежуточной аттестации:** зачет.

#### **Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общепрофессиональные (ОПК): ОПК-2;

профессиональные (ПК): ПК-9.

### **Б1.В.ДВ.06.01 Управление интернет-маркетингом**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Целью** дисциплины является освоение подходов и практических навыков управления маркетингом в сети Интернет, используя современные информационные технологии для укрепления конкурентных позиций компании.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

- всестороннее изучение особенностей маркетинговых инструментов в сети Интернет;

- использование основополагающих концепций интернет-маркетинга (оптимизация сайта, формирование контента, создание посадочной страницы, маркетинг в социальных сетях, контекстная и таргетированная реклама);

- совершенствование навыков прикладных исследований процессов управления репутацией для устойчивого развития бизнеса.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Основные принципы работы поисковых систем. Поисковая оптимизация сайта. Управление контентом. Публикации по готовым шаблонам (управление стилем и оформлением). Распространение контента. Маркетинг «из уст в уста». Контекстная реклама. Системы аналитики контекстной рекламы: Яндекс Директ, Google AdWords. Создание аккаунта. Создание и оптимизация поисковых и медийных кампаний. Работа с отчетами. Ретаргетинг. Продвижение в социальных сетях. Виды социальных сетей. Интеграция сайта с социальными сетями. Создание и продвижение тематической группы. Основные методы работы с аудиторией социальных сетей. Позиционирование сообществ бренда в социальных сетях. Использование программ для сбора аналитических данных о поведении целевых групп для повышения эффективности SMM-программ

**Формы текущей аттестации:** творческий проект.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4.

### **Б1.В.ДВ.06.02 Креативный менеджмент**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель** дисциплины: приобретение теоретических знаний, умений и навыков для решения профессиональных задач в области креативного менеджмента. Достижение данной цели основывается на всестороннем изучении основ и практических методов креативного менеджмента, социологии и психологии управления персоналом, с привлечением актуальных ситуационных примеров из отечественного и зарубежного опыта.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: формирование и развитие навыков создания и управления творческим коллективом, активизация собственной креативности, формирование умения эффективно использовать ее в производственных и коммерческих целях.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

#### **Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины**

Сущность креативного менеджмента. Формирование и активизация творческого коллектива. Ролевые функции индивидуума и методы воздействия. Мотивация творческого коллектива. Проблема лидерства и власти. Этика коллектива. Особенности восприятия и нормирования информации. Методы анализа нестандартных ситуаций и решения творческих задач; Многофакторное диагностирование персонала организации.

**Формы текущей аттестации:** творческое задание.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-6, ПК-8.

### **Б1.В.ДВ.07.01 Управление лояльностью потребителей**

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

**Цель** дисциплины – овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в области выстраивания долгосрочных отношений компании с потребителями и формирования их лояльности при решении проблем управления системой маркетинга.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- ознакомить обучающихся с новейшими теориями и подходами в сфере управления покупательским поведением потребителей;
- расширить знания о системе маркетинговых, рекламных и др. инструментов, позволяющих компании поддерживать прочные взаимовыгодные отношения с клиентами;
- рассмотреть современные подходы к изучению потребностей и поведенческой реакции покупателей товаров и услуг;
- закрепить навыки проведения сегментирования рынка, выбора целевых сегментов и позиционирования товаров;

- представить особенности и проблемы создания, развития и управления современными программами лояльности.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Теоретические основы управления взаимоотношениями с потребителями. Модель потребительского поведения Hawkins. Потребительская ценность и жизненный цикл клиента. Лестница лояльности потребителей. Источники и методики оценки потребительской ценности. Модель ACURA. Привлечение, удержание покупателей и увеличение их доходности. Понятие лояльности. Методы измерения лояльности: «разделение потребностей», конверсионная модель, традиционный подход, методики Д. Аакера. Понятие и составляющие разрешительного маркетинга. Кризис массового отвлекающего маркетинга и эволюция массовой рекламы. Преимущества разрешительного маркетинга. Пять уровней доверия. Компенсационные механизмы управления лояльностью. Этапы создания программы лояльности. 12 законов клиентской лояльности. Ошибки при разработке программ лояльности. Причины неэффективности программ лояльности. Типы программ лояльности: возможности и инструменты, недостатки. Современные тенденции в разработке программ лояльности. Российский опыт построения программ лояльности.

**Формы текущей аттестации:** доклад, реферат, кейс, тест, устный опрос, индивидуальное задание.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-9.

**Б1.В.ДВ.07.02 Модели и методы исследования операций**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** курса является углубление знаний обучающихся в области построения, математических моделей исследования операций, а также их использования при принятии решений в практических задачах менеджмента.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- умение четко сформулировать поставленную задачу управления и подобрать подходящие методы для решения задачи;
- применять математические методы исследования операций и приемы компьютерной обработки информации для решения экономических задач;
- проанализировать полученные результаты, провести вариантный анализ и проверить адекватность полученной модели;
- применить выбранные модели для решения конкретной задачи.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Блок Б1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, дисциплины по выбору.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Стохастические задачи управления запасами. Задачи сетевого планирования. Метод PERT. Методы решения задач теории расписаний. Прикладные модели теории игр. Модели с очередями. Решение задач на основе методов динамического программирования. Задачи дискретной оптимизации.

**Формы текущей аттестации:** задачи и задания.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5.

**ФТД.В.01 Академическое письмо (английский язык)**

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

В аспекте «Язык для специальных целей» решаются следующие цели и задачи: развитие навыков письменной и публичной речи (сообщение, доклад, дискуссия), разви-

тие навыков чтения специальной литературы с целью получения профессиональной информации, знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода по специальности, развитие основных навыков письма для подготовки публикаций и ведения переписки по специальности, а также, коммуникативная функция иностранного языка (английского) для профессионального общения, достижения профессиональных целей и решения профессиональных задач (научно-исследовательских, аналитических).

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Факультативы, вариативная часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Терминологическая лексика. Понятие научного стиля речи. Составление реферата. Аннотирование. Профессиональный научный рост и повышение квалификации. Глобализация - за или против. Грамматические структуры, характерные для научного текста. Бренды. Деловая встреча, ведение переговоров, научно-практическая конференция. Основы публичной речи. Избранное направление профессиональной деятельности. Стратегия планирования. Реклама. Понятие стиля устной и письменной презентации. Организация импорта и экспорта. Особенности научного стиля. Структура составления доклада. Оптимизация экономического развития предприятия. Стратегии и технологии отбора кандидатов для работы в компании. Развитие навыков профессионально-направленной коммуникации на основе выполнения репродуктивных упражнений: выражение мнения по предложенным темам, изложение краткой информации по проблемам, поднятым в тексте. Составление презентации, понимание диалогической речи в сфере профессиональной коммуникации. Работа фондовых рынков. Составление делового письма. Официально-деловой стиль. Корпоративная этика. Организационные процессы, взаимодействие научного сотрудника и организации, корпоративная культура. Заполнение бланков, анкет. Написание тезисов доклада. Кросскультурная компетентность в бизнесе. Составление документов для получения научных грантов и стипендий. Конкуренция - один из двигателей экономического развития.

**Формы текущей аттестации (при наличии):** тестирование, контрольная работа.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

общепрофессиональные (ОПК): ОПК-1;

профессиональные (ПК): ПК-7.

**ФТД.В.02 Методы современной научно-исследовательской работы**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** курса является овладение основами логических знаний, необходимых для проведения научных исследований, теоретическими и экспериментальными методами при проектировании и разработке новейших технологий, привитие навыков и умений, необходимых для самостоятельного выполнения научных исследований.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучение основных фундаментальных и прикладных проблем в области научных исследований;
- формирование умения применять в практической деятельности современные методы исследования, ориентироваться в постановке задач и искать средства их решения;
- формирование навыков работы в научных коллективах и ознакомление с методами организации научной работы.

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Факультативы, вариативная часть.

**Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:**

Постановка научной проблемы и этапы научно-исследовательской работы. Поиск, накопление и обработка научной информации. Теоретические и экспериментальные исследования. Влияние психологических факторов на ход и качество эксперимента. Оформление результатов научной работы и передача информации. Роль научных кад-

ров. Организационные формы ведения научных исследований. Вопросы определения и охраны прав интеллектуальной собственности.

**Формы текущей аттестации:** задания, реферат.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-6, ПК-9.

## Аннотации программ учебной и производственной практик

### **Б2.В.01 (У) Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков научно-исследовательской деятельности**

#### **1. Цели учебной практики:**

Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является закрепление и конкретизация теоретических знаний, полученных обучающимися магистратуры на аудиторных занятиях, формирование компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

#### **2. Задачи учебной практики:**

Основными задачами практики являются:

- анализ основных этапов научно-исследовательской деятельности;
- определение темы и составление программы научного исследования;
- составление списка литературы и источников по проблеме научного исследования с обязательным включением источников и литературы на иностранном языке.

#### **3. Время проведения учебной практики:**

1 курс, 4 недели

#### **4. Вид практики, способ и форма ее проведения:**

Вид практики: учебная. Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма проведения практики: дискретная.

#### **5. Содержание учебной практики:**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единиц 216 часов. Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков научно-исследовательской деятельности является обязательным компонентом учебного процесса подготовки обучающихся магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент профиль Управление маркетингом.

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым обучающимся магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с диссертационного исследования обучающегося магистратуры.

1-2 недели: Поиск литературы, систематизация понятий, подходов к изучению научной проблемы.

3-4 недели: Подготовка тезисов доклада или научной статьи, отчета об учебной научно-исследовательской деятельности.

**6. Форма текущего контроля успеваемости:** научная статья, защита отчета по практике.

**7. Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**8. Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

### **Б2.В.02 (У) Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков аналитической деятельности**

#### **1. Цели учебной практики:**

Целью учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков аналитической деятельности является закрепление и конкретизация теоретических знаний в области обобщения материалов исследования, формулирования выводов и результатов.



**2. Задачи учебной практики:**

Основными задачами практики являются:

- сбор информации об основных характеристиках организации;
- первичный анализ собранной информации.

**3. Время проведения учебной практики:**

2 курс, 2 недели

**4. Вид практики, способ и форма ее проведения:**

Вид практики: учебная. Способ проведения практики: стационарная, выездная  
Форма проведения практики: дискретная.

**5. Содержание учебной практики:**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы 108 часов. Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков аналитической деятельности является обязательным компонентом учебного процесса подготовки обучающихся магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент профиль Управление маркетингом.

Содержание практики:

1 неделя: сбор информации об организации, направлениях ее деятельности особенностях управления, основных экономических показателях, отрасли, макроэкономических факторах, определяющих деятельность.

2 неделя: первичный анализ собранной информации, написание отчета, корректировка индивидуальных задач в соответствии с темой НИР.

**6. Форма текущего контроля успеваемости:** защита отчета по практике.

**7. Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**8. Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-6.

**Б2.В.03 (04) (Н) Производственная практика, научно-исследовательская работа****1. Цели научно-исследовательской работы:**

Целью научно-исследовательской работы является закрепление и конкретизация теоретических знаний, полученных обучающимися магистратуры в процессе аудиторных занятий, формирование компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

**2. Задачи научно-исследовательской работы:**

Основными задачами научно-исследовательской работы является формирование следующих знаний, умений и навыков:

- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

**3. Время проведения научно-исследовательской работы:**

- научно-исследовательская работа под руководством научного руководителя - 1-5 семестр;

- посещение аудиторных занятий – 1-5 семестр;

- выступление с докладом на конференции - 1-5 семестр;

- опубликование не менее 2 научных статей (тезисов) – 1-5 семестр.

**4. Типы, виды и способы проведения научно-исследовательской работы:** рассредоточенная

**5. Содержание научно-исследовательской работы:**

Программа научно-исследовательской работы включает обязательное выполнение каждым обучающимся магистратуры индивидуальных заданий в рамках НИР и составление соответствующих отчетов по итогам проведенных научных исследований, а также посещение аудиторных занятий по научно-исследовательской работе, публикации не менее двух научных статей, выступление с докладом на конференции, что предполагает как индивидуальную самостоятельную работу, так и аудиторную работу в соответствии с учебным планом. Конкретизация заданий осуществляется руководителем НИР каждого студента в соответствии с темой его диссертационного исследования. Определение заданий и руководство их выполнением в рамках аудиторных занятий по научно-исследовательской работе закрепляется за руководителем занятий, назначаемым кафедрой для группы обучающихся по данной программе.

**6. Форма текущего контроля успеваемости:** защита отчета по практике, статьи; аудиторные занятия – доклады, задания.

**7. Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**8. Коды формируемых (сформированных) компетенций** профессиональные (ПК): ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

### **Б2.В.05 (П) Производственная практика по получению первичных профессиональных умений и опыта аналитической деятельности**

**1. Цели производственной практики:**

Целью производственной практики по получению профессиональных умений и опыта аналитической деятельности является закрепление и конкретизация теоретических знаний, полученных обучающимися магистратуры в процессе аудиторных занятий, формирование компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

**2. Задачи производственной учебной практики:**

Основными задачами практики являются:

- применение количественных методов для прогноза развития предприятия и обоснования предложений по совершенствованию предметной области;
- применение качественных методов для прогноза развития предприятия и обоснования предложений по совершенствованию предметной области.

**3. Время проведения производственной практики:**

2 курс, 2 недели

**4. Вид практики, способ и форма ее проведения:**

Вид практики: производственная. Способ проведения практики: стационарная, выездная. Форма проведения практики: дискретная.

**Содержание производственной практики:**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы 108 часов. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта аналитической деятельности является обязательным компонентом учебного процесса подготовки обучающихся магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент профиль Управление маркетингом.

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым обучающимся магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой диссертационного исследования обучающегося магистратуры.

Этапы практики:

1 – сбор информации в соответствии с задачами практики об организации, направлениях ее деятельности, особенностях управления, основных экономических показателях, отрасли, макроэкономических факторах, определяющих деятельность.

2 – анализ собранной информации, уточнение данных, корректировка индивидуальных задач в соответствии с темой НИР;

3 – подготовка аналитического отчета, заполнение дневника.

**6. Форма текущего контроля успеваемости:** защита отчета по практике, дневник.

**7. Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**8. Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-9.

### **Б2.В.06 (Пд) Производственная преддипломная практика**

#### **1. Цели производственной практики:**

Цель производственной преддипломной практики: сформулировать основные теоретические, методические положения исследования для выпускной квалификационной работы.

#### **2. Задачи производственной практики:**

Основными задачами практики являются:

- проведение самостоятельного исследования в соответствии с разработанной программой;
- подготовка отчета по производственной практике.

#### **3. Время проведения производственной практики:**

3 курс, 6 недель

#### **4. Вид практики, способ и форма ее проведения:**

Вид практики: производственная. Способ проведения практики: стационарная, выездная. Форма проведения практики: дискретная.

#### **5. Содержание производственной практики:**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц 324 часа. Производственная преддипломная практика является обязательным компонентом учебного процесса подготовки обучающихся магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент профиль Управление маркетингом.

Производственная практика выявляет уровень научной подготовки обучающегося, относится к завершающему этапу формирования будущего специалиста и направлена на углубление знаний, полученных в процессе обучения в магистратуре, закрепление навыков профессиональной, в том числе научно-исследовательской работы, связанной с подготовкой и написанием выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Практика обеспечивает преемственность и взаимосвязь всех видов деятельности, на которые направлен учебный процесс применительно к объекту индивидуального научного исследования, проводившегося в магистратуре, а также развитие навыков самостоятельной научной работы.

Содержание практики:

1-3 недели: Проведение дополнительных исследований по проблемам, выявленным в ходе практики;

4-6 недели: Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности организации.

**6. Форма текущего контроля успеваемости:** защита отчета по практике.

**7. Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**8. Коды формируемых (сформированных) компетенций:**  
профессиональные (ПК): ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

