

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Воронежский государственный
университет»



«02» июля 2015 г

Основная образовательная программа высшего образования

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Программа подготовки
Управление маркетингом

Квалификация (степень)
Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Воронеж 2015

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВПО «ВГУ» по направлению подготовки "Менеджмент", программа "Управление маркетингом"	3
1.2. Нормативные документы для разработки ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент"	3
1.3. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования.	3
1.4 Требования к абитуриенту	3
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент", программа "Управление маркетингом "	3
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.	3
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.	4
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.	4
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.	4
3. Планируемые результаты освоения ООП	5
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент", программа "Управление маркетингом»	6
4.1. Годовой календарный учебный график.	6
4.2. Учебный план	6
4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)	6
4.4. Аннотации программ учебной и производственной практик.	6
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент", программа "Управление маркетингом "	11
6. Характеристика среды вуза, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.	11
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент", программа "Управление маркетингом "	12
7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация	12
7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП магистратуры.	13
8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.	13
9. Приложения.	14

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВПО «ВГУ по направлению подготовки "Менеджмент", программа " Управление маркетингом "

Квалификация, присваиваемая выпускникам: магистр менеджмента

1.2. Нормативные документы для разработки ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент"

Нормативную правовую базу разработки ООП магистратуры составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Устав ФГБОУ ВПО «ВГУ»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «30»марта2015 г. №322;
- Приказ Минобрнауки России от 19.12.2013 №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

1.3. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования

1.3.1. Цель реализации ООП

ООП магистратуры «Управление маркетингом » имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению «Менеджмент». Программа ориентирована на системные знания в современных областях теории менеджмента, подготовку студентов к активному использованию математического и эконометрического инструментария экономических исследований; предоставление возможностей активного использования изученных способов и приемов анализа для исследования систем управления организациями различных отраслей и форм собственности.

1.3.2. Срок освоения ООП магистратуры- 2 года для очной формы обучения, очно-заочной – 2,5 года, в соответствии с ФГОС ВО по направлению "Менеджмент".

1.3.3. Трудоемкость ООП - 120 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по направлению "Менеджмент" и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики, итоговую государственную аттестацию и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании или среднем профессиональном образовании, высшем образовании.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент"

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности магистров включает:

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности магистров являются процессы управления организациями различных организационно-правовых форм, процессы государственного и муниципального управления, научно-исследовательские процессы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Управление маркетингом», готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская;
- аналитическая;
- педагогическая.

При разработке и реализации программ магистратуры образовательная организация ориентируется на конкретные виды профессиональной деятельности, к которым готовится магистр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса образовательной организации.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры и видами профессиональной деятельности:

1) аналитическая деятельность:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

2) научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

3) педагогическая деятельность:

- преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования.

3. Планируемые результаты освоения ООП.

В результате освоения данной ООП магистратуры выпускник должен обладать следующими компетенциями:

1) общекультурными компетенциями (ОК):

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

2) общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

3) профессиональными компетенциями (ПК) по видам деятельности:

аналитическая деятельность:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-7);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-9);
- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-10);

педагогическая деятельность:

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-11);

Матрица соответствия требуемых компетенций и формирующих их составных частей ООП приведена в приложении 1.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП магистратуры по направлению подготовки "Менеджмент".

4.1. Календарный учебный график.

Календарный учебный график подготовки магистров по направлению 38.04.02 "Менеджмент", программа «Управление маркетингом» приведен в приложении 2.

4.2. Учебный план

Учебный план подготовки магистра по направлению 38.04.02 "Менеджмент", программа "Управление маркетингом" приведен в Приложении 3.

Учебный план включает все дисциплины, изучаемые обязательно и строго последовательно, а также дисциплины, выбранные студентом. При этом трудоемкость освоения образовательной программы в год составляет 60 кредитов (без учета факультативов).

4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

В приложении 4. даны аннотации рабочих программ учебных курсов, включенных в учебный план программа «Управление маркетингом» по следующим блокам:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы.

4.4. Аннотации программ учебной и производственной практик

4.4.1. Программа учебной научно-исследовательской практики Б2.У.1.

1) Цель и задачи практики. Целью учебной научно-исследовательской практики является закрепление и конкретизация теоретических знаний, полученных студентами магистратуры на аудиторных занятиях, формирование компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

Основными задачами практики являются:

- анализ основных этапов научно-исследовательской деятельности (ПК-7);
- определение темы и составление программы научного исследования (ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10);
- составление списка литературы и источников по проблеме научного исследования с обязательным включением источников и литературы на иностранном языке (ПК-7, ПК-10).

2) Время проведения учебной научно-исследовательской практики

1 курс, 2 семестр, 2 недели в начале семестра.

3) Формы проведения практики

учебная, концентрированная

4) Содержание учебной научно-исследовательской практики

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой исследования студента магистратуры.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета, зачет с оценкой

б) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10;

4.4.2. Учебная (аналитическая) практика

Б2.У.2.

1) Цель и задачи практики. Целью учебной аналитической практики является формирование первичных умений и навыков аналитической деятельности, формирование компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

Основными задачами практики являются формирование следующих знаний, умений и навыков:

- способности использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

- владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

- способности использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6).

2) Время проведения учебной (аналитической) практики

1 курс, 2 семестр, 2 недели в конце семестра.

3) Формы проведения учебной (аналитической) практики

Учебная, концентрированная.

4. Содержание учебной (аналитической) практики

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой исследования студента магистратуры.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета. Зачет с оценкой.

б) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 4; ПК –5; ПК – 6.

4.4.3. Учебная (педагогическая) практика

Б2.У.3.

1) Цель и задачи практики.

Целью учебной (педагогической) практики является приобретение практических навыков самостоятельной научно-методической и педагогической работы, выработка умений применять полученные знания в процессе преподавания, а также приобретение навыков использования компетенций в учебной (научно-исследовательской), учебной (аналитической) и производственной (аналитической) практиках в учебном процессе.

Задачи учебной (педагогической) практики:

- подбор материалов для проведения занятий (подбор литературы, подготовка теоретического материала, практических заданий, тестов, кейсов и т.п.) (ПК-11);

- разработка планов лекций, практических занятий по учебной дисциплине (совместно с научным руководителем) (ПК-11).

2) Время проведения учебной (педагогической) практики

2 курс магистратуры, 4 семестр, 2 недели в начале семестра.

3) Формы проведения учебной (педагогической) практики

Учебная, концентрированная.

4. Содержание учебной (педагогической) практики

Содержание учебной педагогической практики определяется студентом совместно с научным руководителем. Магистрант совместно с руководителем определяет дисциплину и темы, по которым он должен подготовить и провести аудиторные занятия для студентов очной или очно-заочной формы обучения.

Для проведения занятий магистрант должен разработать и согласовать с руководителем материалы для проведения занятий, в т.ч. обоснование актуальности темы занятия, ее связь с предыдущими темами курса, основные теоретические положения темы, перечень вопросов, рассматриваемых на практических занятиях, методические указания к изучению каждого вопроса темы, перечень контрольных вопросов для студентов, задачи, тесты, кейсы по изучаемым вопросам. Кроме того, магистрант должен представить список рекомендуемой литературы к каждому разделу темы (оформленный в соответствии с ГОСТом) с указанием страниц, непосредственно относящихся к изучаемому разделу.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета. Зачет с оценкой.

6) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 11.

4.4.4. Программа производственной (педагогической) практики

Б2.П.1

1) Цель и задачи практики.

Целью производственной (педагогической) практики является закрепление навыков работы и учебно-методических данных в процессе проведения занятий (по согласованию с научным руководителем).

Задачи производственной (педагогической) практики:

- приобретение умений и навыков коммуникации со студентами в устной (во время учебных занятий) и письменной (социальные сети, электронная почта) формах для решения задач профессиональной деятельности (ПК-11);

- приобретение умений и навыков взаимодействия со студенческой группой (ПК-11).

2) Время проведения производственной (педагогической) практики

3 курс магистратуры, 5 семестр, 2 недели.

3) Формы проведения производственной (педагогической) практики

Рассредоточенная.

4. Содержание производственной (педагогической) практики

Содержание производственной педагогической практики определяется студентом совместно с научным руководителем. Магистрант совместно с руководителем определяет дисциплину и темы, по которым он должен подготовить и провести аудиторные занятия для студентов очной или очно-заочной формы обучения.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета. Зачет с оценкой.

б) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 11.

4.4.5. Программа производственной (аналитическая) практики Б2.П.3

1) Цель и задачи практики.

Целью производственной (аналитической) практики является формирование умений и навыков аналитической деятельности, соответствующих профессиональным компетенциям применительно к аналитическому виду деятельности в процессе выполнения определенных видов работ, выработка навыков применения полученных знаний при решении конкретных вопросов.

Основными задачами практики являются:

- подготовка аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий организации-места практики в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне (ПК-4, ПК-5);

- проведение экономических расчетов, необходимых для характеристики деятельности организации - базы практики, на основе информации, полученной из разных источников, анализ полученных результатов (ПК-4, ПК-6);

- составление прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом (в зависимости от специфики деятельности организации-места практики и направления научно-исследовательской работы магистранта) с использованием различных методов социально-экономического прогнозирования (ПК-5, ПК-6).

2) Время проведения производственной (аналитическая) практики

1 курс, 2 семестр, 2 недели в конце семестра.

3) Формы проведения производственной (аналитическая) практики

Концентрированная

4) Содержание производственной (аналитической) практики

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой исследования студента магистратуры.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета. Зачет с оценкой.

б) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 4; ПК – 5; ПК – 6.

4.4.6. Программа производственной (преддипломной) практики Б2.П.2

1) Цель и задачи практики.

Целью преддипломной производственной практики углубление знаний, полученных в процессе обучения в магистратуре, закрепление навыков профессиональной, в том числе научно-исследовательской работы, связанной с подготовкой и написанием ВКР (выпускная квалификационная работа).

Основными задачами практики являются:

- проведение самостоятельного исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-10);

- подготовка отчета по производственной практике (ПК-4, ПК-10)

- формулировка выводов и практических рекомендаций по итогам научно-исследовательской работы (ВКР) (ПК-4, ПК-7, ПК-10).
- подготовка доклада о результатах исследования для предзащиты (ПК-4, ПК-10).

2) Время проведения производственной (преддипломной) практики

3 курс, 5 семестр, 2 недели в конце семестра

3) Формы проведения производственной (преддипломной) практики

Концентрированная

4. Содержание производственной (преддипломной) практики

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой исследования студента магистратуры.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Защита отчета. Зачет с оценкой.

6) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 4; ПК – 5; ПК – 6; ПК – 7; ПК – 8; ПК – 10.

4.4.7. Программа производственной научно-исследовательской практики (научно-исследовательская работа и научно-исследовательский семинар)

Б2.Н.1

Б2.Н.2

1) Цель и задачи практики (НИР).

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

Основными задачами НИР является формирование следующих знаний, умений и навыков:

- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-7);
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8);
- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-9);
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-10).

2) Время проведения производственной научно-исследовательской практики

- самостоятельная научно-исследовательская работа под руководством научного руководителя (1-5 семестр), (рассредоточенная НИР);
- участие в работе научно-исследовательского семинара (1-3 семестр) (рассредоточенная практика).

3) Формы проведения производственной научно-исследовательской практики

Рассредоточенная

4. Содержание производственной научно-исследовательской практики

Программа практики включает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры индивидуальных заданий в рамках НИР, а также участие в работе научно-исследовательского семинара, 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 исследования. Определение заданий и руководство их выполнением в рамках научно-исследовательского семинара закрепляется за руководителем семинара, назначаемым кафедрой для группы студентов, обучающихся по данной программе.

5) Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

- 1 семестр: НИР – зачет с оценкой.
- 2 семестр: НИР – зачет с оценкой.
- 3 семестр: НИР – зачет с оценкой; научно-исследовательский семинар – зачет.
- 4 семестр: НИР – зачет с оценкой;
- 5 семестр: НИР – зачет с оценкой.

6) Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК – 7; ПК – 8; ПК – 9; ПК – 10.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02"Менеджмент"

Ресурсное обеспечение реализации ООП направления «Менеджмент», программа «Управление маркетингом» формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определенных ФГОС ВО по данному направлению. Характеристика ресурсного обеспечения содержится в следующих приложениях:

Библиотечно-информационное обеспечение (приложение 5)

Материально-техническое обеспечение (приложение 6)

Кадровое обеспечение (приложение 7)

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

Концепция формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся сформулирована в «Программе стратегического развития Воронежского государственного университета (2012-2016 годы) (http://www.vsu.ru/russian/docs/pdf/strateg_plan2012_16.pdf) . Реализация данной программы подтверждается в «Отчете о работе по реализации программы стратегического развития за 2014 год» (http://www.vsu.ru/russian/docs/pdf/strateg_report2012.pdf), « Отчете о работе по реализации программы стратегического развития за 2013 год» (http://www.vsu.ru/russian/docs/pdf/strateg_report2013.pdf), « Отчете о работе по реализации программы стратегического развития за 2014 год» (http://www.vsu.ru/russian/docs/pdf/strateg_report2014.pdf) , «Отчете о самообследовании деятельности федерального бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Воронежский государственный университет» по состоянию по 1 апреля 2015 г.» (<http://www.vsu.ru/russian/docs/pdf/samoobsl2015.pdf>).

В Университете созданы условия для активной жизнедеятельности обучающихся, для гражданского самоопределения и самореализации, для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, духовном, культурном и нравственном развитии.

В Университете сформирована система социальной и воспитательной работы. Функционируют следующие структурные подразделения:

- Управление по социальной и воспитательной работе (УВСП);
- Штаб студенческих трудовых отрядов;
- Центр молодежных инициатив;
- Психолого-консультационная служба (в составе УВСП);
- Спортивный клуб (в составе УВСП);
- Концертный зал ВГУ (в составе УВСП);
- Фотографический центр (в составе УВСП);
- Оздоровительно-спортивный комплекс (в составе УВСП);

Системная работа ведется в активном взаимодействии с:

- профсоюзной организацией студентов;
- объединенным советом обучающихся;
- студенческим советом студгородка;
- музеями ВГУ;
- двумя дискуссионными клубами;
- туристским клубом «Белая гора»;
- клубом интеллектуальных игр;
- четырьмя волонтерскими организациями;
- Управлением по молодежной политике Администрации Воронежской области;
- Молодежным правительством Воронежской области;
- Молодежным парламентом Воронежской области.

В составе Молодежного правительства и Молодежного парламента 60% - это студенты Университета.

В Университете 8 студенческих общежитий.

Работают 30 спортивных секций по 34 видам спорта.

Студентам предоставлена возможность летнего отдыха в спортивно-оздоровительном комплексе «Веневитиново», г. Анапе, на острове Корфу (Греция).

Организуются экскурсионные поездки по городам России, бесплатное посещение театров, музеев, выставок, ледовых катков, спортивных матчей, бассейнов.

Работает Центр развития карьеры.

В Университете реализуются социальные программы для студентов, в том числе выделение материальной помощи малообеспеченным и нуждающимся, социальная поддержка отдельных категорий обучающихся.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" .

В соответствии с ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП магистратуры осуществляется в соответствии Положением о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования П ВГУ 2.1.07 – 2013.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ООП создаются и утверждаются фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную

тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП «Управление маркетингом» магистратуры.

Государственная итоговая аттестация выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления «Менеджмент» включает защиту выпускной квалификационной работы и государственный междисциплинарный экзамен, устанавливаемый по решению ученого совета вуза.

Требования к содержанию, объему и структуре государственного междисциплинарного экзамена и выпускной квалификационной работы содержатся в Стандарте университета «Государственная итоговая аттестация. Структура и содержание государственных аттестационных испытаний по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (квалификация (степень) – магистр)», разработанного на основе СТ ВГУ 1.3.02 – 2015 -Система менеджмента качества. Государственная итоговая аттестация. Общие требования к содержанию и порядок проведения.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Наряду с классическими формами обучения на кафедрах, осуществляющих учебный процесс по направлению в рамках ООП, предусматривается:

- использование деловых игр, исследований конкретных производственных ситуаций, имитационного обучения и иных интерактивных форм занятий;
- приглашение ведущих специалистов – практиков из числа руководителей отраслевых предприятий для проведения мастер – классов по дисциплинам профессионального цикла;
- применение образовательных баз знаний и информационных ресурсов глобальной сети Internet для расширения возможностей изучения дисциплин учебного плана и ознакомления с последними достижениями в различных отраслях науки и техники;
- применение ПЭВМ по циклам математических профессиональных дисциплин при проведении практических занятий, курсовых работ и выполнении ВКР.

Для самостоятельной работы студентов предусматривается разработка по всем дисциплинам ООП методических рекомендаций, с помощью которых студент организует свою работу. В процессе самостоятельной работы студенты имеют возможность контролировать свои знания с помощью разработанных тестов по дисциплинам направления подготовки.

В дисциплинах профессионального цикла предусмотрено использование инновационных технологий (средства телекоммуникации, мультимедийные проекторы, сочлененные с ПЭВМ, специализированное программное обеспечение).

В образовательном процессе используются электронные мультимедийные учебники и учебные пособия.

Программа одобрена Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ, протокол №6 от 19.06.2015 г.

Декан экономического факультета _____ П.А. Канапухин

Куратор ООП ВО по направлению «Менеджмент» _____ О.С. Щукин

Направление подготовки 38.04.02 "Менеджмент"
 Программа " Управление маркетингом "

Квалификация (степень): магистр

срок обучения: 2 года 5 месяцев
 форма обучения: очно-заочная

I. КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

месяцы	сентябрь				октябрь					ноябрь					декабрь					январь				февраль				март			апрель				
недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
КУРСЫ																																			
I																		Э	Э	К	К	У	У												
II																		Э	Э	К	К	У	У												
III	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	П	П	Г	Г	Д	Д	Д	Г	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	

месяцы	май				июнь				июль					август			
недели	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
КУРСЫ																	
I			Э	Э	Э	У	У	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К
II							Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К
III	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=

- Рекомендованные обозначения:
- - Э
 - П
 - Д
 - У
 - Н
 - Г
 - К
 - =
- Теоретическое обучение - Экзаменационная сессия - Практика (в том числе производственная)
 - Выпускная квалификационная работа (диплом) - Учебная практика - НИР
 - Госэкзамены - Каникулы - Неделя отсутствует

II. СВОДНЫЕ ДАННЫЕ ПО БЮДЖЕТУ ВРЕМЕНИ (в неделях)

КУРСЫ	Теоретич. обучение	Экзамен. сессия	Учебные практики	Произв. практики	Государственная итоговая аттестация	НИР	Каникулы	ВСЕГО
I	25 2/3	5	4	2		5 1/3	10	52
II	24 1/3	4	2			10 2/3	11	52
III	9 2/3			4	6	1 1/3		21

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

1 КУРС

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2										Итого за курс										Каф.	Семестры
			Контроль	Часов						ЗЕТ	Неделя	Контроль	Часов						ЗЕТ	Неделя	Контроль	Часов						ЗЕТ	Неделя					
				Всего	Ауд				СРС				Контр оль	Всего	Ауд							СРС	Контр оль	Всего	Ауд					СРС	Контр оль			
					Всего	Лек	Лаб	Пр							Всего	Лек	Лаб	Пр							Всего	Лек	Лаб					Пр		
ИТОГО				828							23	18		900							25	24		1 728							48	42		
ИТОГО по ООП (без факультативов)				828							23			900							25			1 728							48			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (час/нед)	ООП, факультативы (в период ТО)			45										29										37										
	ООП, факультативы (в период экз. сес.)			54										48										51										
	Аудиторная (ООП - физ.к.)(чистое ТО)			13										9										11										
	Ауд. (ООП - физ.к.) с расср. прак. и т.п.			11										8										10										
ДИСЦИПЛИНЫ			(D)	D 144								ТО: 16□	D 396							D 18	ТО: 15□	D 540							D 18	ТО: 31□				
			(Предельное)	828								ТО*: 13	828							162	ТО*: 12	1 656							270	ТО*: 25				
			(План)	684	168	40	128	408	108	19	Э: 2	432	114	30	14	70	174	144	12	Э: 3	1 116	282	70	14	198	582	252	31	Э: 5					
1	Б1.Б.1	Эволюция управленческих теорий	Экз	108	32	16	16	40	36	3									Экз	108	32	16	16	40	36	3		80	1					
2	Б1.Б.3	Иностранный язык в профессиональной сфере	За	72	16		16	56		2		Экз	72	14		14	22	36	2	Экз За	144	30		30	78	36	4		48	12				
3	Б1.В.ОД.1	Управленческая экономика	Экз	144	24	8	16	84	36	4									Экз	144	24	8	16	84	36	4		87	1					
4	Б1.В.ОД.2	Методы исследований в менеджменте	Экз	144	24	8	16	84	36	4									Экз	144	24	8	16	84	36	4		82	1					
5	Б1.В.ОД.3	Теория организации									Экз	72	20	6	14	16	36	2	Экз	72	20	6	14	16	36	2		80	2					
6	Б1.В.ОД.4	Организационное поведение									Экз	72	20	6	14	16	36	2	Экз	72	20	6	14	16	36	2		89	2					
7	Б1.В.ОД.7	Математические методы в менеджменте	За	72	20	6	14		52	2		За	72	20	6	14		52	2	За	72	20	6	14		52	2		84	2				
8	Б1.В.ОД.11	Стратегический маркетинг									Экз КР	72	20	6	14	16	36	2	Экз КР	72	20	6	14	16	36	2		88	2					
9	Б1.В.ОД.14	Маркетинг инноваций	За	72	24		24	48		2		За	72	24		24	48		2	За	72	24		24	48		2		88	1				
10	Б1.В.ДВ.2.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации	За	72	24		24	48		2		За	72	24		24	48		2	За	72	24		24	48		2		88	1				
11	Б1.В.ДВ.2.2	Корпоративное управление	За	72	24		24	48		2		За	72	24		24	48		2	За	72	24		24	48		2		82	1				
12	Б1.В.ДВ.6.1	Маркетинг в социальных сетях									За	72	20	6	14	52	2	2	За	72	20	6	14	52	2	2		88	2					
13	Б1.В.ДВ.6.2	Креативный менеджмент									За	72	20	6	14	52	2	2	За	72	20	6	14	52	2	2		80	2					
14	Б1.В.ДВ.7.1	Управление лояльностью потребителей	За	72	24	8	16	48		2		За	72	24	8	16	48		2	За	72	24	8	16	48		2		88	1				
15	Б1.В.ДВ.7.2	Модели и методы исследования операций	За	72	24	8	16	48		2		За	72	24	8	16	48		2	За	72	24	8	16	48		2		84	1				
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Экз(3) За(4)										Экз(4) За(2) КР										Экз(7) За(6) КР											
УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА			(План)										216					6	4		216					6	4							
Учебная (научно-исследовательская)												ЗаО	108					3	2	ЗаО	108					3	2		2					
Учебная (аналитическая)												ЗаО	108					3	2	ЗаО	108					3	2		2					
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА			(План)										108					3	2		108					3	2							
Производственная (аналитическая)												ЗаО	108					3	2	ЗаО	108					3	2		2					
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБ			(План)	144	8		136		4	2 2/3		144	8		136		4	2 2/3		288	16		272		8	5 1/3								
Научно-исследовательская работа (Распр.)			ЗаО	108			108		3	2	ЗаО	108			108		3	2	ЗаО(2)	216			216		6	4		12345						
Научно-исследовательский семинар (Распр.)				36	8		28		1	2/3		36	8		28		1	2/3		72	16		56		2			123						
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																																		
КАНИКУЛЫ										2									8							10								

2 КУРС

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4										Итого за курс										Каф.	Семестры	
			Контроль	Всего	Часов					ЗЕТ	Неделя	Контроль	Всего	Часов					ЗЕТ	Неделя	Контроль	Всего	Часов					ЗЕТ	Неделя						
					Ауд									Ауд									Ауд												
					Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС					Контр оль	Всего	Лек	Лаб	Пр					СРС	Контр оль	Всего	Лек	Лаб			Пр	СРС	Контр оль			Всего
ИТОГО				792						22	18		1 008						28	23		1 800						50	41						
ИТОГО по ООП (без факультативов)				720						20			1 008						28			1 728						48							
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (час/нед)	ООП, факультативы (в период ТО)			43									44									43													
	ООП, факультативы (в период экз. сессии)			54									36									45													
	Аудиторная (ООП - физ.к.)(чистое ТО)			11									12									11													
	Ауд. (ООП - физ.к.) с распр. практ. и ф			8									8									8													
	Аудиторная (физ.к.)																																		
ДИСЦИПЛИНЫ			(D)	D 180							ТО: 16□		D 234							ТО: 19□		D 414							ТО: 35□						
			(Предельное)	684							ТО*: 10		846							ТО*: 13		1 530							ТО*: 24						
			(План)	504	136	40	16	80	260	108	14		612	156	58	36	62	384	72	17	1 116	292	98	52	142	644	180	31		Э: 2					
1	Б1.Б.2	Современные проблемы менеджмента	Экз КР	108	48	16		32	24	36	3									Экз КР	108	48	16		32	24	36	3						80	3
2	Б1.Б.3	Иностранный язык в профессиональной сфере	Экз	72	8			8	28	36	2									Экз	72	8			8	28	36	2						48	123
3	Б1.Б.4	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации	За	72	16	8		8	56		2									За	72	16	8		8	56		2						66	3
4	Б1.Б.5	Педагогика и психология высшей школы										За	108	18	18		90	3		За	108	18	18		90		3						111	4	
5	Б1.Б.6	Компьютерные технологии в менеджменте										За	108	26	8	18	82	3		За	108	26	8	18	82		3						84	4	
6	Б1.В.ОД.5	Корпоративные финансы										Экз	108	26	8	18	46	36	3		Экз	108	26	8	18	46	36	3					79	4	
7	Б1.В.ОД.6	Современный стратегический анализ	Экз	108	24	8		16	48	36	3									Экз	108	24	8		16	48	36	3					80	3	
8	Б1.В.ОД.7	Математические методы в менеджменте	За	72	24	8	16		48		2									За	72	24	8	16	48		2						84	3	
9	Б1.В.ОД.8	Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами										Экз	72	26	8	18	10	36	2		Экз	72	26	8	18	10	36	2					89	4	
10	Б1.В.ОД.9	Государственное регулирование экономики										За	72	26	8	18	46	2		За	72	26	8	18	46		2						86	4	
11	Б1.В.ДВ.1.1	Менеджмент качества										За	72	16	8	8	56	2		За	72	16	8	8	56		2						80	4	
12	Б1.В.ДВ.1.2	Социология менеджмента										За	72	16	8	8	56	2		За	72	16	8	8	56		2						80	4	
13	Б1.В.ДВ.1.3	Избранные главы философии										За	72	16	8	8	56	2		За	72	16	8	8	56		2						109	4	
14	Б1.В.ДВ.1.4	Корпоративный учет и отчетность в системе управления										За	72	16	8	8	56	2		За	72	16	8	8	56		2						81	4	
15	Б1.В.ДВ.5.1	Прикладные программы маркетинговых исследований										За	72	18		18	54	2		За	72	18		18	54		2						88	4	
16	Б1.В.ДВ.5.2	Социологические методы исследований в менеджменте										За	72	18		18	54	2		За	72	18		18	54		2						80	4	
17	ФТД.1	Методы современной научно-исследовательской работы	За	72	16			16	56		2									За	72	16			16	56		2					80	3	
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Экз(3) За(2) КР										Экз(2) За(5)										Экз(5) За(7) КР												
УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА			(План)										108					3	2		108						3	2							
Учебная (педагогическая)												ЗаО	108					3	2		ЗаО	108					3	2					4		
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБ			(План)	288	8				280		8	5 1/3		288				288	8	5 1/3		576	8			568	16	10 2/3							
Научно-исследовательская работа (Распр.)				ЗаО	252				252		7	4 2/3		ЗаО	288			288		8	5 1/3	ЗаО(2)	540			540	15	9				12345			
Научно-исследовательский семинар (Распр.)				За	36	8			28		1	2/3								За	36	8			28	1	2/3					123			
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																																			
КАНИКУЛЫ											2																	9				11			

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН
МАГИСТРАТУРЫ НАПРАВЛЕНИЯ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОГРАММА
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»**

Б1.Б.1 Эволюция управленческих теорий

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины «Эволюция управленческих теорий» – формирование у студентов 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 студентов.

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).

Форма текущей аттестации: эссе, тест, доклад

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК - 1; ОК - 3.

Б1.Б.2 Современные проблемы менеджмента

Цели и задачи учебной дисциплины:

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

Основные задачи учебной дисциплины:

- 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, умения и навыков оценивания и повышения эффективности менеджмента.

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:

ОК- 2; ОК – 3; ОПК – 2.

Б1.Б.3 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.

В аспекте «Язык для специальных целей» решаются следующие задачи: 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).

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).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Профессиональная лексика. Сфера профессиональной и кросс культурной коммуникации

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-1

Б1.Б.4 Филологические обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации

Цель и задачи учебной дисциплины: студент 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.

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

ОПК-1

Б1.Б.5 Педагогика и психология высшей школы

Цель и задачи учебной дисциплины:

Цель – развитие гуманитарного мышления будущих преподавателей высшей школы, формирование у них психолого-педагогических знаний и умений, необходимых для профессиональной педагогической деятельности, а также для повышения общей компетентности в межличностных отношениях с коллегами и обучаемыми.

Обозначенная цель достигается путем решения следующих **задач**:

1) ознакомление магистров с современными представлениями о предмете психологии и педагогики высшей школы, основными тенденциями развития профильного и высшего образования, за рубежом и в нашей стране;

2) формирование систематизированных представлений о психологии студенческого возраста, педагогических и психологических закономерностях образовательного процесса в профильной и высшей школе;

3) содействие формированию у них психолого-педагогического мышления, проявляющегося в признании уникальности личности студента, отношении к ней как к высшей ценности, представлении о ее активной, творческой природе;

4) изучение современных педагогических технологий образовательного процесса в вузе;

5) формирование установки на постоянный поиск приложений усвоенных психологических и педагогических знаний в решении проблем обучения и воспитания в высшей школе;

6) воспитание профессионально-педагогической и психологической культуры будущих преподавателей высшей школы.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины: Система профессионального образования в России и ее структура. Тенденции развития профессионального образования на современном этапе. Образование «через всю жизнь». Методологические подходы к исследованию проблем психологии и педагогики профессионального образования - системный, деятельностный, синергетический, культурологический, средовой, аксиологический и др.). Компетентностный подход как основа стандартов профессионального образования. Сущность и структура педагогической деятельности преподавателя в учреждениях профессионального образования. Психологическая характеристика студенческого возраста. Представления о группе в современной психологии и педагогике. Основные классификации групп. Студенческая группа как субъект совместной деятельности. Учение как деятельность. Психологическая структура учебной деятельности. Закономерности и принципы целостного педагогического процесса в системе профессионального образования. Формы организации обучения в вузе: лекция, семинарские, практические и лабораторные занятия, диспут, конференция, зачет, экзамен, консультация и другие. Их характеристика. Психолого-педагогическая поддержка и сопровождение профессионально-личностного становления и воспитания студентов – будущих специалистов.

Формы текущей аттестации

Круглый стол, дискуссия, собеседование, творческое задание.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

ПК-11

Б.1.Б.6 Компьютерные технологии в менеджменте

Цели и задачи учебной дисциплины:

Теоретическая и практическая подготовка студентов по получению знаний и практических навыков в области компьютерных технологий. Задачи изучения дисциплины: 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.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Аспекты информатизации экономической сферы. Направления развития КТ 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: ОК-1; ОПК 3.

Б1.В.ОД.1 Управленческая экономика

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов 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.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование представлений об основных фундаментальных положениях микроэкономического анализа и возможностях их практического применения,
- уяснение специфики функционирования потребителей и фирм в условиях различных рыночных структур;
- приобретение навыков принятия обоснованных решений, обеспечивающих эффективное развитие предприятий.

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. Роль государства в условиях современного рынка и функционирование фирмы.

Формы текущей аттестации собеседование

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-5

Б1.В.ОД.2 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. Студент должен знать: теорию и методологию научного исследования, стадии цикла развития предприятия и приоритетные направления развития, предметные методы научного проектирования

Основные задачи:

- 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.

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):

ПК-4, ПК-5

Б1.В.ОД.3 Теория организации

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Теория организаций» является формирование у студентов 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.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- изучаются становление и развитие 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;
- анализируется роль организаций в современном обществе, их типология и специфика;
- раскрываются законы, принципы и механизмы функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой;
- определяются влияние социальных, экономических и других факторов на функционирование и развитие организации;
- изучаются элементы организационной системы и их взаимодействие между собой;
- определяется содержание и роль миссии и целей организации; природа и легитимность власти; руководства и лидерства в организации;
- исследуются система и структура 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.

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: ПК-4, ПК-5.

Б1.В.ОД.4 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.

Задачи дисциплины:

- 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.

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

Власти 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

Форма промежуточной аттестации: экзамен

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

Б1.В.ОД.5 Корпоративные финансы

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование комплекса знаний о современных направлениях развития теории и практики корпоративных финансов, моделях анализа финансовых решений компании, инструментах их эмпирической проверки, а также оценке влияния управленческих решений в области финансов на капитализацию корпорации.

Задачи:

- изучение теоретических основ, отражающих экономическую сущность корпоративных финансов, их места в общей системе финансов и роль в экономике;
- формирование представления о различных концепциях корпоративных финансов, теориях и методах управления активами корпорации, источников их финансирования;
- изучение и практическое применение методов оценки стоимости акции;
- изучение состава и методов планирования и оптимизации затрат корпорации;
- изучение закономерностей формирования, распределения и использования выручки и прибыли корпорации;
- овладение навыками финансового анализа и корпоративного планирования и прогнозирования.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Экономическая сущность и особенности корпоративных финансов: сущность корпоративных финансов, их особенности, эволюции теорий (агентские издержки, теория заинтересованных лиц, теория максимизации рыночной стоимости). Системы корпоративной собственности и контроля. Особенности российского рынка корпоративной собственности. Сущность финансов корпораций, их функции и принципы организации. Финансовые ресурсы. Финансовый механизм и его структура.

Акции как основа корпоративной собственности и модели оценки их стоимости: Понятие акции, их виды, права и преимущества держателей обыкновенных и привилегированных. Цена акции. Виды доходности и способы её определения. Модели оценки стоимости акций (М. Гордон, CAPM).

Финансовое состояние корпорации. Содержание анализа финансового состояния корпорации, информационная база. Методы и инструменты анализа финансового состояния. Виды финансового анализа и оценки (горизонтальный, трендовый, вертикальный, коэффициентный, сравнительный). Оценка ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности, положения корпорации на рынке капитала.

Затраты на производство и реализацию продукции: состав затрат, источники их финансирования. Классификация затрат на производство и реализацию продукции. Показатели себестоимости продукции. Планирование затрат на производство и реализацию продукции.

Выручка от реализации продукции: понятие выручки от реализации продукции. Факторы роста выручки корпорации. Планирование выручки. Использование выручки от реализации продукции. Понятие и механизм действия операционного (производственного) рычага.

Прибыль корпорации, её формирование, планирование и распределение: экономическое содержание, функции и значение прибыли. Формирование финансовых результатов корпорации. Виды прибыли и взаимосвязь между ними. Анализ уровня и динамики финансовых результатов по данным бухгалтерской отчетности. Влияние учетной политики на финансовые результаты деятельности корпорации. Планирование прибыли. Распределение и использование прибыли. Налогообложение прибыли. Показатели рентабельности, методы их определения. Понятие и характер действия финансового рычага.

Оборотные средствами корпораций: экономическая сущность оборотных средств, их организация, состав и структура. Оборотные производственные фонды и фонды обращения. Определение плановой потребности корпорации в оборотных средствах. Нормативный метод. Источники формирования и пополнения оборотных средств. Эффективность использования оборотных средств. Финансовый и производственный циклы корпорации, их взаимосвязь.

Основные средства и другие долгосрочные активы: экономическая природа, состав и методы оценки основного капитала корпорации. Амортизация и её роль в

воспроизводственном процессе, обновлении основных фондов. Показатели использования основных средств корпорации. Инвестиции в основной капитал корпораций. Источники финансирования воспроизводства основных фондов.

Финансовое прогнозирование в корпорации: прогнозирование нормы прибыли на капитал (модели Дюпона), прогнозирование приемлемого и достижимого роста корпорации (SGR), прогнозирование вероятности наступления банкротства (модели Э. Альтмана), сущность, виды, признаки банкротства, меры финансового оздоровления.

Финансовое планирование и бюджетирование: сущность и принципы финансового планирования. Методы финансового планирования и система финансовых планов корпорации. Перспективное финансовое планирование и прогнозирование. Текущее финансовое планирование (бюджетирование). Оперативное финансовое планирование. Финансовый раздел бизнес-плана корпорации. Взаимоотношения корпорации с бюджетом и внебюджетными фондами.

Форма текущего контроля успеваемости: задачи и задания, тесты.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-6.

Б1.В.ОД.6 Современный стратегический анализ

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель курса: формирование у студентов знаний о методах анализа стратегической информации, условиях и принципах их внедрения, взаимосвязи методов стратегического анализа с целями и стратегией организации; навыков организации процесса стратегического управления на основе методов стратегического анализа.

Задачи курса:

- формирование целостного представления о моделях и методах стратегического анализа;
- изучение взаимосвязи методов стратегического анализа с целями и стратегией организации, измерением эффективности деятельности компании;
- изучение практического опыта применения основных методов и инструментов стратегического анализа;
- формирование знаний и навыков создания системы стратегического управления на основе методов стратегического анализа.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Стратегический анализ в деятельности фирмы. Стратегическая неопределенность и стратегические решения.

Тема 2. Анализ внешней среды организации. Конкурентный анализ.

Тема 3. Внутрифирменный стратегический анализ.

Тема 4. Стратегическая позиция компании. Стратегический выбор. Оценка реализации стратегии.

Форма промежуточной аттестации: индивидуальный проект.

Коды формируемых компетенций: ПК-4, ПК-5.

Б1.В.ОД.7 Математические методы в менеджменте

Цели и задачи дисциплины:

Целью курса является ознакомление студентов 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.

Задачи:

- 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.

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

Форма текущего контроля успеваемости: контрольная работа, сообщения.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-4, ПК-5

Б1.В.ОД.8 Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины состоит в познании и систематизации новых подходов к формированию деятельности по работе с персоналом, продвижению теоретических знаний и практических навыков в функциональных его сферах в соответствии с фазами глобализации бизнеса.

Задачи:

- Продвижение теоретических знаний и практических навыков в области управления персоналом с учетом опыта конкретных зарубежных и отечественных организаций;
- Изучение современных подходов к кадровому менеджменту для национальных и интернациональных хозяйствующих субъектов;

- Знакомство с трансформацией организационных структур и моделей служб персонала;
- Познания причин и содержания тенденций экономизации в работе с персоналом.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Новые тенденции в работе с персоналом
Трансформация подходов и технологий в кадровом менеджменте
Актуальные модели служб персонала в организации
Мониторинг и контроль в работе с персоналом

Формы текущей аттестации: собеседование, тест, доклад.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-2; ОК-3; ПК-7

Б1.В.ОД.9 Государственное регулирование экономики

Целью изучения дисциплины является развитие знаний и навыков студентов, необходимых для анализа управленческой деятельности государства, связанной с регулированием национальной экономики.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование представлений об актуальных проблемах государственного регулирования экономики;
- формирование представлений о новых направлениях и сферах государственного регулирования экономики;
- освоение инструментария анализа управленческой деятельности государства, связанной с регулированием экономики в России и зарубежных странах.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Новая парадигма государственного регулирования экономики.

Система стратегического планирования экономики России.

Современный инструментарий государственного предпринимательства: российская и зарубежная практика.

Государственное регулирование процессов повышения инвестиционной привлекательности территорий: российская и зарубежная практика.

Государственное регулирование процессов инновационного развития экономики: российская и зарубежная практика.

Государственное регулирование процессов социализации экономики: российская и зарубежная практика.

Форма текущей аттестации: эссе.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-5

Б1.В.ОД.10 Правовые основы управленческой деятельности

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели изучения дисциплины состоят в углублении знаний по основным проблемам современного права, развитии умения анализировать правоотношение, понимать проблемы юридической теории и практики.

Задачи дисциплины:

- рассмотрение действующей законодательной базы в области управленческой деятельности;
- анализ современной учебной и научной литературы, аналитических исследований по проблемным вопросам современного права в сфере профессиональной деятельности.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Управленческое правоотношение

Правовые источники регулирования правоотношений в сфере управления

Государственное и муниципальное управление

Сущность и содержание административно-управленческих правоотношений

Гражданско-правовая специфика регулирования управленческой деятельности

Управленческие правоотношения в трудовой сфере

Формы текущей аттестации: собеседование

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4; ПК-5

Б1.В.ОД.11 Стратегический маркетинг

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель - 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.

Задачи дисциплины:

- 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;
- освоить основные методы, инструментарий стратегического и оперативного маркетингового планирования

Место учебной дисциплины в структуре ООП: профессиональный цикл, вариативная часть.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины: Ориентация компании на потребителя. Этапы реализации маркетинговой концепции. Стратегическое планирование и маркетинговое планирование. Портфельные стратегии. Конкурентные стратегии и конкурентные преимущества. Сегментация и выбор целевых рынков. Позиционирование и репозиционирование. Разработка комплекса маркетинга. Разработка товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной стратегий. Организационные структуры управления маркетингом. Разработка, внедрение и контроль маркетинга на предприятии. Роль маркетинга в стратегическом планировании бизнеса. Процесс стратегического планирования на предприятии. Этапы разработки маркетингового плана. Бюджет маркетинга. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

Формы текущей аттестации: нет

Формы промежуточной аттестации: экзамен

Коды компетенций: ПК-5

Б1.В.ОД.12 Методы и практика рыночных исследований

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями учебной дисциплины являются изучение методов выполнения рыночных исследований для получения необходимой информации при решении проблем маркетинга, а также практики получения информации в условиях научного познания предварительно выдвинутых идей и гипотез.

Задачи:

- расширить кругозор студентов в применении методов изучения поведения потребителей с целью получения более детальной информации для подготовки решений в области маркетинговых и научных исследований;
- привить навыки выполнения исследований в области маркетинга в различных секторах экономики.
- выработать умение самостоятельного выбора научных подходов исследований.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: профессиональный цикл, вариативная часть

Формы текущей аттестации: отчеты по результатам программных исследований. Тестирование.

Формы промежуточной аттестации: экзамен

Коды компетенций : ПК-4

Б1.В.ОД.13. Экономика маркетинга

Цель и задачи изучения дисциплины – Цель дисциплины – изучение методов финансово-экономического обоснования маркетинговых решений, освоение основных способов расчета ожидаемых финансово-экономических результатов планируемых маркетинговых мероприятий. **Задачи:** овладение методами оценки целесообразности принимаемых решений, овладение способами экономического анализа маркетинговых решений и методами оценки их эффективности.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Профессиональный цикл. Вариативная часть.

Краткое содержание. Анализ безубыточности. Методы обоснования краткосрочных решений. Методы анализа долгосрочных решений. Методы оценки решений в условиях риска.

Формы текущей аттестации. Контрольные работы.

Формы промежуточной аттестации. Зачет.

Коды компетенций. ПК-5.

Б1.В.ОД.14 Маркетинг инноваций

Цели и задачи учебной дисциплины:

Курс имеет целью познакомить магистров с основными инструментами маркетинга инноваций, акцентировав внимание на особенностях маркетинга инноваций в высокотехнологичных отраслях, и на стратегических проблемах маркетингового управления в фирмах этих отраслей.

Основные задачи дисциплины состоят в следующем:

изучение теоретических аспектов и практических навыков формирования целостной системы маркетингового управления, соответствующей специфике отрасли и этапу становления компании, внедряющей инновацию;

освоение методик сегментирования и выбора ниши для инновации;

приобретение навыков разработки маркетингового комплекса инновации и контроля его реализации;

ознакомление с технологиями и инструментарием формирования системы внешних взаимоотношений компании, обеспечивающей конкурентоспособность инновациям на выбранном рынке.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Профессиональный цикл. Вариативная часть.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины: Значение маркетинговых инноваций. Понятие и классификация маркетинговых инноваций. Анализ факторов успеха и неудач нововведений. Понятие и классификаций потребностей. Ценностный подход к изучению потребностей. Потребности и концепция жизненного стиля потребителя. Активизация потребностей и мотивация потребителей. Характеристики потребителей-новаторов. Процесс принятия продукта потребителями. Мультиатрибутивная концепция продукта. Решение организации относительно товарного ассортимента. Методы анализа товарного ассортимента. Решения об изменении товарного ассортимента. Виды рыночного спроса и методы их измерения. Построение модели базового рынка. Потенциал рынка и позиционирование организации. Потребительская лояльность как основа стабильности спроса и условие приятия инноваций. Стратегии маркетинга в области новых продуктов. Организация процесса разработки инновации. Этапы процесса разработки инновационного продукта. Методические аспекты процесса генерации идей. Факторы и методы оценки нововведения. Информационная основа управленческих решений по маркетинговым инновациям.

Формы текущей аттестации: выполнение проектов.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4

Б1.В.ДВ.1.1 Менеджмент качества

Цели и задачи учебной дисциплины:

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

Основные задачи учебной дисциплины;

- формирование у студентов 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.

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

ПК-4

Б1.В.ДВ.1.2 Социология менеджмента

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у обучающихся видения социальной сущности и содержания теории и практики управления в трудовой организации

- Основными задачами учебной дисциплины являются:
- Дать содержательный анализ социологии менеджмента, раскрыв структуру и содержание социальной сущности и социологических методов управления; основные принципы менеджмента как социоинженерной деятельности, требования к ее организации; специфику подходов к анализу социальных аспектов управления; социальные особенности субъектов управленческого взаимодействия.
- Раскрыть основные методологические и теоретические подходы к рассмотрению проблем социальной природы управления, основ власти, лидерства, социологических аспектов принятия управленческих решений и т.д.
- Объяснить практическое влияние социологических методов на повышение эффективности управления.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Предмет и содержание курса

Трудовой коллектив как вид социальной организации

Система регуляции поведения индивида в организации

Управленческие отношения в организации

Организация командной работы

Особенности субъектов управленческих отношений

Управление как социальная технология

Форма текущей аттестации: доклад

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых компетенций: ОК-2, ОК-3; ОПК-3

М1.В.ДВ.1.3 Избранные главы философии

Цели и задачи дисциплины:

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

Задачами изучения дисциплины являются: ознакомление студентов 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.

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: ОК-1; ОК-3

Б1.В.ДВ.1.4 Корпоративный учет и отчетность в системе управления

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

Задачи учебной дисциплины:

- 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.

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: ОК-2

Б1.В.ДВ.2.1 Интегрированные маркетинговые коммуникации

Цель и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины – изучение современных подходов в управлении маркетинговыми коммуникациями.

Задачи: исследование сущности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), их роли и места в системе маркетинга; освоение подходов к разработке ИМК; проведение исследований в области теории и практики ИМК.

Краткое содержание. Сущность и содержание ИМК. Содержание основных элементов системы продвижения в контексте ИМК. Планирование программы продвижения на основе концепции ИМК. Эффективность ИМК. Применение концепции ИМК в конкретных компаниях

Место учебной дисциплины в структуре ООП: профессиональный цикл, вариативная часть.

Формы текущей аттестации. Доклады, написание эссе.

Формы промежуточной аттестации. Зачет

Коды компетенций. ПК-4.

Б1.В.ДВ.2.2 Корпоративное управление

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины - освоение студентами теории и практики корпоративного управления.

Задачи изучения дисциплины:

- 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.

знать

- сущность и содержание корпоративного управления, его роль в современной экономике;
- основные модели корпоративного управления, получившие распространение в мировой практике;
- особенности становления и развития корпоративного управления в России;
- особенности функционирования акционерных обществ;
- порядок формирования, полномочия и структуру исполнительных органов, совета директоров, функции комитетов совета директоров акционерного общества;
- зарубежный и российский опыт развития корпоративного законодательства;
- роль и место корпоративных норм и корпоративных ценностей в системе корпоративных отношений;
- виды и особенности корпоративных стратегий;
- роль корпоративной социальной ответственности в системе управления современной компанией.

уметь

- осуществлять теоретический анализ основных концепций и моделей корпоративного управления и подходов к его определению;
- оценивать возможности реализации стратегий слияния и поглощения;
- анализировать эффективность системы корпоративного управления;
- идентифицировать и анализировать ожидания стейкхолдеров компании с позиции корпоративной социальной ответственности.

владеть

- терминологией в области корпоративного управления;
- методиками анализа показателей эффективности корпоративного управления;
- навыками обработки и анализа эмпирической информации;
- коммуникативными навыками – ведения дискуссий и переговоров, презентаций результатов исследований в области корпоративного управления.

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

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:
ПК-5

Б1.В.ДВ.3.1 Управление портфелем брендов

Цели и задачи учебной дисциплины:

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

Для достижения цели требуется решение следующих задач: 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: (цикл, в котором относится дисциплина)

Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Источники формирования капитала бренда. 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. Стратегия управления портфелем брендов. Взаимосвязь стратегии портфеля брендов компании со стратегиями бизнеса. Тактика управления портфелем брендов. Оптимизация и усиление портфелей брендов для обеспечения максимизации стоимости активов и расширения бизнес-стратегии для компаний различных отраслей и сфер.

Формы текущей аттестации

Анализ кейсов, выполнение индивидуальных и групповых проектов.

Форма промежуточной аттестации : зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4.

Б1.В.ДВ.3.2 Компетентностный подход в менеджменте

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у студентов знаний, умений использования компетентностного подхода в системе менеджмента и навыков разработки профессиональных компетенций.

Основные задачи изучения дисциплины:

- 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.

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

Форма текущей аттестации: собеседование

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых компетенций: ПК-5

Б1.В.ДВ.4.1 Креативный маркетинг

Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование комплекса компетенций, способствующих разработке успешных рыночных идей, обоснованию эффективных маркетинговых программ, предложению инновационных стратегий продаж, созданию уникальных акций по увеличению сбыта, нахождению креативных конкурентоспособных решений.

Задачи: - изучение компонентов креативности и творчества, методов развития креативности и творческого потенциала сотрудников;

- исследование методов и инструментов 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: Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины: Основные задачи креативного маркетинга; типология, структура, механизмы, управление; виды мышления и индивидуальные особенности личности; компоненты креативности и творчества. Подбор техник, группа как способ оптимизации творчества; Ambient Media - нестандартная реклама, с акцентом на размещении, привлечении оригинальных носителей. Вирусный маркетинг. Рекламная шокотерапия, удачные рекламные находки. Мифы партизанского маркетинга, способы и приемы партизанского маркетинга; Стратегические и оперативные части партизанского маркетинга.. Инструменты массового воздействия партизанского маркетинга: нестандартные PR и промоакции. Флешмоб, перформанс, вирусное видео; Crazy PR и его отличие от обычного провокационного маркетинга; new media. Виды вирусов. Условия успешного запуска вирусной кампании. Вирусные технологии интернет-маркетинга

Формы текущей аттестации: нет

Формы промежуточной аттестации: зачет

Коды компетенций: ПК-4

Б1.В.ДВ.4.2 Управленческое консультирование

Цели и задачи учебной дисциплины: Дать представление о состоянии, проблемах и перспективах эффективного использования услуг профессиональных консультантов организациями РФ.

Магистрант должен знать

- Возможности и ограничения управленческого консультирования
- Процедуру поиска и выбора консалтинговой фирмы
- Направления и методы оценки эффективности управленческого консультирования

Магистрант должен уметь

- Разрабатывать и анализировать технические задания на управленческое консультирование
- Разрабатывать и анализировать консультационные предложения
- Разрабатывать проекты договоров на консультационное обслуживание
- Разрабатывать проекты изменений

Магистрант должен владеть

- Навыками командной работы
- Навыками принятия управленческих решений
- Навыками управления проектом
- Навыками разрешения конфликтных ситуаций
- Навыками организации клиент-консультантского взаимодействия

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Сущности 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) ПК-5

Б1.В.ДВ.5.1 «Прикладные программы маркетинговых исследований»

Цели и задачи учебной дисциплины: Цель дисциплины – обучить студентов основным принципам обработки и анализа маркетинговой информации, предоставить соответствующий инструментарий, что позволит получить студентам базовые знания, в области анализа внутренней статистической информации предприятия и данных, собранных в ходе маркетинговых исследований, с использованием возможностей пакета SPSS

Задачи учебной дисциплины:

сформировать представления о возможностях пакета SPSS для решения задач экономического анализа с использованием различных статистических методов;

- ознакомить студентов с методами сводки и группировки данных в т.ч. методами кластерного анализа;
- углубить имеющиеся знания об основных видах описательного анализа;

- расширить представления о базовых понятиях аналитической статистики;
- предоставить знания о методах проверки статистических гипотез;
- сформировать навыки по определению типов используемых статистических шкал и выбирать соответствующий метод анализа данных;
- сформировать представления о базовых принципах изучения взаимосвязи явлений и процессов;
- предоставить знания, позволяющие осуществлять самостоятельную обработку информации для дальнейшей работы с ней и анализировать скрытые закономерности данных.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

1. Характеристика программного пакета SPSS.
2. Исследование данных и описательная статистика в пакете SPSS
3. Проверка гипотез в SPSS
4. Анализ связи между переменными с помощью таблиц сопряженности
5. Методы анализа различий между переменными
6. Корреляционно-регрессионный анализ в SPSS
7. Применение факторного анализа и кластерного анализа в SPSS
8. Совместный анализ данных в SPSS

Формы текущей аттестации:

Текущая аттестация включает оценку:

- выполнения студентами всех видов работ, предусмотренных рабочим учебным планом по учебной дисциплине;
- качества, глубины, объема усвоения студентами знаний каждого раздела, темы учебной дисциплины и уровня овладения студентами навыками самостоятельной работы (подготовка ответов на устные и письменные вопросы, написание эссе, подготовка докладов, участие в круглом столе, тестирование);
- посещаемости занятий студентами.

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4

Б1.В.ДВ.5.2 Социологические методы исследования в менеджменте

Цели и задачи учебной дисциплины:

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

Задачи: изучение теоретических выводов об условиях, формах и методах разработки социальных технологий управления; подготовка студентов к выполнению исследовательских проектов и работы в менеджменте.

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 компетенций: ПК-4, ПК-5

Б1.В.ДВ.6.1. Маркетинг в социальных сетях

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель - освоение теоретических знаний и практических навыков по разработке маркетинговых программ в социальных сетях для увеличения прибыльности бизнеса.

Задачи:

- сформировать у слушателей представление о маркетинге в социальных медиа (социальные сети, блоги, видеохостинги и другие ресурсы, характеризующиеся наличием сообщества потребителей и их взаимодействием), знания о процессе управления маркетингом в социальных сетях;

- научить слушателей методам анализа, планирования, реализации стратегии и контроля маркетинговой деятельности в социальных сетях, управления репутацией компании, повышения продаж и решения многих других задач развития бизнеса;

- выработать у слушателей умения и навыки выстраивания долгосрочных отношений компании с потребителями и формирования их лояльности при решении проблем управления контрентными предприятиями.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Возможности маркетинга в социальных сетях. Покупательская активность посетителей социальных сетей, взаимосвязь с другими видами продвижения. Вирусный маркетинг. Организация маркетинговой деятельности в социальных сетях. Методы анализа, планирования, реализации стратегии и контроля маркетинговой деятельности в социальных сетях. Управление репутацией компании или бренда. Повышение продаж и решение задач развития бизнеса. Работа с лидерами мнений. Особенности выстраивания долгосрочных отношений компании с потребителями при решении проблем управления, подбор лидеров мнений целевой аудитории и модели работы. Ключевые показатели эффективности маркетинговой деятельности компании или бренда в социальных СМИ.

Формы текущей аттестации

Анализ кейсов, выполнение индивидуальных и групповых проектов.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4

Б1.В.ДВ.6.2 Креативный менеджмент

Цели и задачи учебной дисциплины

Цели 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.

Задачей курса выступает формирование и развитие навыков создания и управления творческим коллективом, активизация собственной креативности, формирование умения эффективно использовать ее в производственных и коммерческих целях.

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
Творческое задание

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

ОК-2, ОК-3, ОПК-2.

Б1.В.ДВ.7.1. Маркетинг в социальных сетях

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель - освоение теоретических знаний и практических навыков по разработке маркетинговых программ в социальных сетях для увеличения прибыльности бизнеса.

Задачи:

- сформировать у слушателей представление о маркетинге в социальных медиа (социальные сети, блоги, видеохостинги и другие ресурсы, характеризующиеся наличием сообщества потребителей и их взаимодействием), знания о процессе управления маркетингом в социальных сетях;

- научить слушателей методам анализа, планирования, реализации стратегии и контроля маркетинговой деятельности в социальных сетях, управления репутацией компании, повышения продаж и решения многих других задач развития бизнеса;

- выработать у слушателей умения и навыки выстраивания долгосрочных отношений компании с потребителями и формирования их лояльности при решении проблем управления конкурентными предприятиями.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Возможности маркетинга в социальных сетях. Покупательская активность посетителей социальных сетей, взаимосвязь с другими видами продвижения. Вирусный маркетинг. Организация маркетинговой деятельности в социальных сетях. Методы анализа, планирования, реализации стратегии и контроля маркетинговой деятельности в социальных сетях. Управление репутацией компании или бренда. Повышение продаж и решение задач развития бизнеса. Работа с лидерами мнений. Особенности выстраивания долгосрочных отношений компании с потребителями при решении проблем управления, подбор лидеров мнений целевой аудитории и модели работы. Ключевые показатели эффективности маркетинговой деятельности компании или бренда в социальных СМИ.

Формы текущей аттестации

Анализ кейсов, выполнение индивидуальных и групповых проектов.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-4.

Б1.В.ДВ.7.2 Модели и методы исследования операций

Цели и задачи дисциплины:

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

Основные задачи:

- 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.

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.

Форма текущего контроля успеваемости: задачи и задания

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-4, ПК-5

Библиотечно-информационное обеспечение

Наличие учебной и учебно-методической литературы

№ п/п	Уровень, ступень образования, вид образовательной программы (основная / дополнительная), направление подготовки, специальность, профессия	Объем фонда учебной и учебно-методической литературы		Количество экземпляров литературы на одного обучающегося, воспитанника	Доля изданий, изданных за последние 10 лет, от общего количества экземпляров (для цикла ГСЭ – за 5 лет)
		Количество наименований	Количество экземпляров		
1	2	3	4	5	6
1.	<i>Высшее образование, магистратура, основная, направление 38.04.02 «Менеджмент»</i>				
	В том числе по циклам дисциплин:				
	Общенаучный	53	1326	0,4	98%
	Профессиональный	104	2485	0,4	96%

продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ 5

Обеспечение образовательного процесса официальными, периодическими, справочно-библиографическими изданиями, научной литературой и электронно-библиотечной системой

№ п/ п	Типы изданий	Количество наименований	Количество однотомных экземпляров, годовых и (или) многотомных комплектов
1	2 .	3	4
1.	Официальные издания (сборники законодательных актов, нормативных правовых актов и кодексов Российской Федерации (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)	3130	3524
2.	Общественно-политические и научно-популярные периодические издания (журналы и газеты)	461	6079
3.	Научные периодические издания (по профилю (направленности) образовательных программ)	203	
4.	Справочно-библиографические издания:		
4.1.	энциклопедии (энциклопедические словари)	205	
4.2.	отраслевые словари и справочники (по профилю (направленности) образовательных программ)	438	
4.3.	текущие и ретроспективные отраслевые библиографические пособия (по профилю (направленности) образовательных программ)	313	
5.	Научная литература	45571	79749
6.	<p>Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет:</p> <p>ЭБС «Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» http://rucont.ru/rubric ЭБС «Консультант студента» http://www.studentlibrary.ru/</p>		

Всем обучающимся обеспечен доступ к электронно-библиотечной системе и электронному каталогу

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Дисциплины	Перечень оборудования	Место расположения
Эволюция управленческих теорий	Мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 206А
Современные проблемы менеджмента	Мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 206А
Иностранный язык в профессиональной сфере	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 117, 103а
Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 207А
Педагогика и психология высшей школы	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 207А
Компьютерные технологии в менеджменте	Мультимедийное оборудование, персональные компьютеры	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 307Б, 305Б, 2А.
Управленческая экономика	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 106Б
Методы исследований в менеджменте	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 307Б
Теория организации	Мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 201.
Организационное поведение	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 305Б.
Корпоративные финансы	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 202
Современный стратегический анализ	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 305Б.
Математические методы в менеджменте	Переносное мультимедийное оборудование, персональные компьютеры.	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 310Б, 1А.
Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 310Б
Государственное регулирование экономики	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 224.

Правовые основы управленческой деятельности	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 110Б.
Стратегический маркетинг	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 224.
Методы и практика рыночных исследований	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 112Б.
Экономика маркетинга	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 301Б.
Маркетинг инноваций	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 214.
Социология менеджмента	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 307Б
Менеджмент качества	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 224
Избранные главы философии	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд.222
Корпоративный учет и отчетность в системе управления	Мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 202
Интегрированные маркетинговые коммуникации	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 224.
Корпоративное управление	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 110Б.
Управление портфелем брендов	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 212.
Компетентностный подход в менеджменте	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 112Б.
Креативный маркетинг	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 224.
Прикладные программы маркетинговых исследований	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 110Б.
Управление лояльностью потребителей	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 1А.
Социологические методы исследования в менеджменте	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 110Б.

Модели и методы исследования операций	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 1А.
Методы современной научно-исследовательской работы	Переносное мультимедийное оборудование	г. Воронеж, ул. Хользунова, 40, ауд. 222.

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Привлечено 31 преподавателей

Имеют ученую степень, звание 28, из них:

докторов наук, профессоров 7;
ведущих специалистов 5.

90,4 % преподавателей имеют ученую степень, звание; 15,6% преподавателей привлечены из ведущих специалистов, что соответствует требованиям стандарта.

Все преподаватели на регулярной основе занимаются научно-методической деятельностью.