C:\Documents and Settings\Ольга\Рабочий стол\тит ооп марк.tif

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**"МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»**

**(МИИТ)**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ: |
|  | Директор института  Экономики и финансов |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  В.П.Чуприков |
|  | «\_\_Х\_\_\_»\_\_\_\_\_\_Х\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г. |

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Направление подготовки 080200 «Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Нормативный срок освоения программы – 4 года

Форма обучения - очная

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрена на заседании  Учебно-методической комиссии  *Института экономики и финансов*  Протокол №\_\_\_\_х\_\_\_\_  «\_х\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_х\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г  Председатель УМК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.Ф. Кочнева | Одобрена на заседании кафедры *«Экономика и управление на транспорте»*  Протокол №\_\_\_х\_\_\_\_  «\_х\_\_» \_\_\_х\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012 г.  Зав. кафедрой  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.П.Терёшина  *(подпись, Ф.И.О.)* |

***К абитуриенту***

**Профиль «Маркетинг» бакалаврской программы высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент» предлагается людям творческим, креативным и одновременно неунывающим, активным, общительным, наделенным чувством юмора.**

**Аналитика рынков, разработка стратегии управления фирмой в рыночных условиях, создание бренда и торговых марок, рекламные кампании, маркетинговая логистика – вот основные виды профессиональной деятельности маркетолога. Профессия маркетолога в условиях развития рынков является весьма востребованной и высоко оплачиваемой.**

**Дисциплины профиля составляют порядка 50% образовательной программы, в процесс обучения включены современные активные формы обучения, уже с 1 курса используются дистанционные технологии обучения.**

***Область профессиональной деятельности выпускника***

**Полученная профессия позволяет выпускникам работать в таких сферах, как: транспортные, промышленные предприятия, организации непроизводственной сферы любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные); органы государственного и муниципального управления; структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело. Маркетологи сейчас нужны везде! А также эта профессия поможет успешно управлять своей карьерой в любой сфере на основе владения маркетинговыми инструментами.**

**Нормативные документы для разработки бакалаврской программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиля «Маркетинг»:**

* Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 г. №3266-1)
* Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 мая 2010 г. N 544.
* Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. №71

**Цели бакалаврской программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг»**

*Целью* бакалаврской программы профиля «Маркетинг» является подготовка бакалавров менеджмента, способных принимать эффективные решения по управлению деятельностью организации в условиях меняющихся рынков.

*Задачами* программы бакалавриата профиля «Маркетинг» являются:

* приобретение современных комплексных знаний в области управленческих и экономических наук, необходимых менеджеру организации;
* формирование коммуникативных компетенций и креативного подхода в решении проблем организации;
* приобретение навыков самостоятельной исследовательской работы и принятия решений по управлению организацией на инструментальном маркетинговом уровне;
* повышение конкурентного потенциала обучаемых на основе формирования у них навыков системного маркетингового мышления, активной и ответственной жизненной позиции.

**Требования к результатам освоения основной образовательной программы**

Результатом освоения программы профиля является подготовка студентов к организационно-управленческому, информационно-аналитическому и предпринимательскому видам профессиональной деятельности на основе овладения маркетинговыми принципами управления, том числе овладение профессиональными компетенциями:

|  |  |
| --- | --- |
| 0К-8 | способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность |
| ПК-15 | готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента |
| ПК-16 | способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации |
| ПК-21 | готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций |
| ПК-23 | знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности |
| ПК-27 | способностью оценивать воздействие экономической макросреды на функционирование организаций |
| ПК-30 | знанием экономических основ поведения организаций, представлением о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли |
| ПК-29 | способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса |
| ПК-36 | умением использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте |
| ПК-51 В | знание технологических особенностей транспортной отрасли |
| ПК-52 В | знание современных проблем и особенностей управления транспортной отраслью |
| ПК-12 | способностью оценивать влияние инвестиционных решений на рост ценности (стоимости) компании **и многими другими** |

**ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**подготовки бакалавра по направлению 080200 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) - бакалавр

Нормативный срок обучения – 4 года

| № п/п | | Наименование дисциплин  (в том числе практик) | Трудоемкость | | Примерное распределение по семестрам | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма промеж. аттестации | Примечание |
|
| Количество недель | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Б.1 Гуманитарный, социальный и экономический цикл*** | | | **40** | **1440** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | **Базовая часть** | **28** | **1 008** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.1.1. | | История | 4 | 144 | + | + |  |  |  |  |  |  | зач, экз |
| Б.1.2. | | Философия | 4 | 144 |  | + | + |  |  |  |  |  | зач., экз |
| Б.1.3. | | Иностранный язык | 10 | 360 | + | + | + | + |  |  |  |  | зач, зач, зач, экз |
| Б.1.4. | | Правоведение | 2 | 72 |  |  | + |  |  |  |  |  | зач. |
| Б.1.5. | | Социология | 2 | 72 | + |  |  |  |  |  |  |  | зач. |
| Б.1.6. | | Психология | 2 | 72 |  | + |  |  |  |  |  |  | зач. |  |
| Б.1.7. | | Культурология | 2 | 72 | + |  |  |  |  |  |  |  | зач. |  |
| Б.1.8. | | Политология | 2 | 72 |  |  | + |  |  |  |  |  | зач. |  |
|  | | **Вариативная часть,** в т.ч. дисциплины по выбору студента | **12** | **432** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.1.9. | | Экономика | 2 | 72 |  |  | + |  |  |  |  |  | зач. |  |
| Б.1.10. | | Экономическая теория | 2 | 72 |  | + |  |  |  |  |  |  | зач. |  |
| Б.1.11. | | Русский язык и культура речи | 2 | 72 | + |  |  |  |  |  |  |  | зач |  |
| Б.1.12. | | Этика делового общения | 2 | 72 |  |  | + |  |  |  |  |  | зач. |  |
| Б.1.13. | | Логистика | 2 | 72 |  |  |  |  | + |  |  |  | зач. |  |
| Б.2 Математический и естественнонаучный цикл | | | **39** | **1404** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.2.1. | | Математика | 8 | 288 | + | + |  |  |  |  |  |  | Экз, Экз |  |
| Б.2.2. | | Статистика | 8 | 288 |  |  | + | + |  |  |  |  | Зач, Экз. |
| Б.2.3. | | Методы принятия управленческих решений | 4 | 144 |  |  |  | + |  |  |  |  | Экз. |
| Б.2.5. | | Информационные технологии в менеджменте | 4 | 144 |  |  |  |  | + |  |  |  | экз |
|  | | **Вариативная часть,** в т.ч. дисциплины по выбору студента | **15** | **540** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.2.6. | | Информатика | 6 | 216 | + | + |  |  |  |  |  |  | Зач, экз |
| Б.2.7. | | Концепции современного естествознания | 2 | 72 |  | + |  |  |  |  |  |  | зач |  |
| Б.2.8. | | Общий курс железных дорог | 4 | 144 | + |  |  |  |  |  |  |  | экз |  |
| Б.2.9. | | Интернет-технологии ведения бизнеса | 3 | 108 |  |  |  | + |  |  |  |  | экз |  |
| Б.3 Профессиональный цикл | | | **138** | **4 968** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Базовая часть** | | **52** | **1 872** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.3.1 | Теория менеджмента | | 5 | 180 |  | + |  |  |  |  |  |  | экз |  |
| Б.3.2 | Маркетинг | | 6 | 216 |  | + |  |  |  |  |  |  | экз |
| Б.3.3 | Учет и анализ: финансовый учет | | 7 | 252 |  |  |  |  | + | + |  |  | Зач, экз |
| Б.3.4 | Финансовый менеджмент | | 6 | 216 |  |  |  |  | + |  |  |  | Экз. |
| Б.3.5 | Управление человеческими ресурсами | | 4 | 144 |  |  | + |  |  |  |  |  | Экз |
| Б.3.6 | Стратегический менеджмент | | 4 | 144 |  |  | + |  |  |  |  |  | Экз |
| Б.3.7 | Корпоративная социальная ответственность | | 2 | 72 |  |  |  |  |  |  | + |  | зач |  |
| Б.3.8 | Безопасность жизнедеятельности | | 2 | 72 |  | + |  |  |  |  |  |  | зач |
| Б.3.9 | Управление изменениями | | 5 | 180 |  |  |  |  |  |  | + |  | экз. |
| Б.3.10 | Инвестиционный анализ | | 5 | 180 |  |  |  |  | + |  |  |  | экз |
| Б.3.11 | Бизнес-планирование | | 6 | 216 |  |  |  |  |  | + |  |  | экз |
|  | **Вариативная часть**  **Профиль «Маркетинг»** | | **86** | **3 096** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В.3.1. | *Маркетинговые исследования* | | 4 | 144 |  |  |  | + |  |  |  |  | экз |  |
| В.3.1. | *Маркетинговые коммуникации* | | 4 | 144 |  |  |  |  | + |  |  |  | зач |  |
| В.3.2. | *Ценообразование* | | 4 | 144 |  |  |  |  |  | + |  |  | зач |
| В.3.3. | *Управление маркетингом* | | 4 | 144 |  |  |  |  |  | + |  |  | экз |
| В.3.4. | *Управление качеством* | | 4 | 144 |  |  |  |  |  |  |  | + | экз |
| В.3.5. | *Транспортная и распределительная логистика* | | 5 | 180 |  |  |  |  |  |  | + |  | экз |
| В.3.6. | *Управление инновациями на железнодорожном транспорте* | | 3 | 108 |  |  |  |  |  |  |  | + | зач |
| В.3.7. | *Анализ производственно-хозяйственной деятельности* | | 5 | 180 |  |  |  |  |  |  | + |  | экз |
| В.3.8. | *Поведение потребителей* | | 4 | 144 |  |  |  |  | + |  |  |  | экз |
| В.3.9. | *Управление продажами* | | 2 | 72 |  |  |  |  |  |  |  | + | зач |
|  | *Международный маркетинг* | | 3 | 108 |  |  |  |  |  |  |  | + | экз |  |
|  | *Маркетинг на транспорте* | | 3 | 180 |  |  |  |  |  |  |  | + | экз |  |
|  | *Иностранный язык(профессиональный), и др.* | | 4 | 144 |  |  |  |  |  | + | + |  | зач |  |
| Б.4 Физическая культура | | | **2** | **400** | + | + | + | + | + | + |  |  |  |  |
| ***Б.5 Учебная и производственная практики*** *(разделом учебной практики может быть НИР обучающегося)* | | | **9** | **342** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Б.6 Итоговая государственная аттестация*** | | | **12** | **432** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Всего:*** | | | **240** | **8 968** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |

**Бюджет времени, в неделях**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Курсы | Теоретическое обучение | Экзаменационная сессия | Учебная практика | Производственная практика | Итоговая государственная аттестация | Каникулы | Всего |
| I | 36 | 6 |  |  |  | 10 | 52 |
| II | 36 | 6 |  | 2 |  | 8 | 52 |
| III | 36 | 6 |  | 2 |  | 8 | 52 |
| IV | 27 | 5 |  | 2 | 8 | 10 | 52 |
| Итого: | 135 | 23 |  | 6 | 8 | 36 | 208 |
|  |  | *Учебная практика (распределенная)* | |  | \_\_-\_ семестр |  |  |
|  |  | *Производственная практика* | |  | \_\_4,6,8\_\_ семестр |  |  |
|  |  | *Итоговая государственная аттестация:* | | Подготовка и защита выпускной квалификационной работы | \_\_\_\_8\_\_\_ семестр |  |  |

Настоящий учебный план составлен, исходя их следующих данных (зачетных единицах / в часах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии \_217 (7 812 час)\_\_

Физическая культура 2 (400 час)

Практики (в том числе научно-исследовательская работа) \_9\_ (324)\_\_

Итоговая государственная аттестация \_12 (432)\_\_\_

Итого: \_240 (8 968)\_\_\_\_\_ зачетных единиц / часов

**Примечания:** Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) 3 поколениявысшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров по направлению 080200.62 «Менеджмент».

**программы дисциплин (АННОТАЦИИ)**

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«История»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** изучение закономерностей и этапов исторического процесса, с акцентом на формирование систематизированных знаний о причинах и последствиях основных исторических событий и процессов в России.

**Задачи дисциплины:**

-         выявить актуальные проблемы исторического развития России,

-         на примерах из различных эпох показать органическую взаимосвязь российской и мировой истории. В этом контексте проанализировать общее и особенное  в отечественной истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе;

-         показать место истории в обществе, формирование и эволюцию исторических понятий и категорий;

-         проанализировать те изменения в исторических представлениях, которые произошли в России в последнее время. Осознать историческое место и выбор пути развития России на современном этапе

-         сформировать основные общекультурные компетенции, направленные на овладение культурой мышления, способностью логически мыслить, анализировать, обобщать и оценивать исторические события и процессы.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  Учебная дисциплина «История» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1, ОК-4.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основные законы и понятийно - категориальный аппарат исторической науки;

- о многовариантности исторического процесса, многообразии культур и принципах их взаимодействия.

*уметь:*

- выражать и обосновывать свою позицию по отношению к историческому прошлому;

- ориентироваться в мировом историческом процессе и руководствоваться принципами гражданственности и патриотизма в своей профессиональной деятельности;

- анализировать исторические события и проблемы, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.

*владеть:*

- навыками исторической аналитики: эффективного поиска, получения, анализа и обобщения исторической информации;

- культурой аргументации и выработки суждений, основанных на самостоятельном осмыслении социально-политических проблем общества;

навыками самостоятельного осмысления и выработки суждений, основанных на интересе к отечественному и мировому историко-культурному наследию.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Философия»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** обеспечение профессионального образования, способствующего социальной, академической мобильности, востребованности на рынке труда, успешной карьере, развитию общей эрудиции.

Курс Философия, входящий в ООП ВПО, познакомит с историко-философскими и социокультурными традициями формирования и развития философской мысли; покажет место философии в системе социально-гуманитарных дисциплин; даст представление о теоретико-методологической базе философского анализа; научит ориентироваться в современных проблемах духовной культуры человечества.

**Задачи дисциплины:**

- раскрыть содержание и сущность основных философских понятий, категорий, методов, проблем и концепций, позволяющих решать и ставить мировоззренческие проблемы в современной философии;

- изложить основные философские концепции с древнейших времен до современной эпохи, описать взаимосвязь мировой культуры с философией, диалогичность всех исследуемых задач, научить студентов анализировать оригинальные тексты русских и западных философов;

- рассмотреть различные аспекты философии и методологии науки, философской антропологии; культуры и религии; культуры и науки; глобальные проблемы человечества в современном философском контексте;

- показать специфику философской проблематики в истории мировой и отечественной культуры;

- осмыслить возникновение и роль философии как особой дисциплины гуманитарного цикла;

- дать анализ основных этапов, учений и школ в истории и теории философии (философско-культурологический анализ) с точки зрения её культурно-исторической специфики;

- определить специфику отечественной философской мысли в контексте историко-философского процесса и современности.

- проанализировать основные направления, результаты и перспективы развития современной философской культуры (XXI в).

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Философия» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОК-5; ОК-10.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- принципы, основы, теории, законы, правила, используемые в курсе для изучения объектов курса.

*уметь:*

-высказывать, формулировать,выдвигать гипотезы о причинах возникновения той или иной ситуации (состояния, события), о путях (тенденциях) ее развития и последствиях. Планировать свою деятельность по изучению курса и решению задач курса. Формулировать, ставить, формализовать проблемы, вопросы и задачи курса;

- оформлять, представлять, описывать, характеризовать данные, сведения, факты, результаты работы на языке символов (терминов, формул, образов), введенных и используемых в курсе.

*владеть:*

- ставитьцель и организовывать её достижение, уметь пояснить свою цель***;***

***-*** организовывать планирование, анализ, рефлексию, самооценку своей учебно-познавательной деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Иностранный язык»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** приобретение студентами-бакалаврами коммуникативной компетенции, уровень которой на отдельных этапах языковой подготовки позволяет использовать английский язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для целей самообразования. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Соответственно, языковой материал рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход.

**Задачи дисциплины:**

Дисциплина «Иностранный язык» направлена на формирование уровня межкультурной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции, минимально достаточного для решения коммуникативных задач на иностранном языке в социально-бытовой, академической и профессионально-ориентированной сферах общения и осуществления дальнейшей автономной учебно-познавательной деятельности с использованием иностранного языка.

Наряду с практической задачей - обучением общению, данная дисциплина ставит образовательные и воспитательные задачи. Достижение образовательных задач осуществляется в аспекте гуманизации и гуманитаризации экономического образования и означает расширение кругозора студентов-бакалавров, повышение уровня их обшей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Иностранный язык» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-14, ОК-25.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- общую и деловую лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности;

- основные грамматические структуры литературного и разговорного языка;

- правила произношения звуков в потоке речи, признаки различных частей речи, членов предложения, структуру и интонацию основных видов предложений иностранного языка; различные стили оформления речи с учетом цели высказывания и адресата, знать нормы вежливости языка, знать не менее 2000 лексических единиц общей и общенаучной лексики, знать различные грамматические структуры в соответствии с поставленной задачей;

- иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и деловом уровне.

*уметь:*

- свободно и адекватно выражать свои мысли при беседе и понимать речь собеседника на иностранном языке; вести письменное общение на иностранном языке, составлять деловые письма;

- соблюдать правильный интонационный рисунок, не допускать фонематических ошибок, произносить правильно практически все звуки в потоке речи; определять различные части речи, строить различные по структуре предложения иностранного языка и правильно их интонировать; строить грамматически правильные высказывания с правильным стилевым оформлением речи, с учетом цели высказывания и адресата, соблюдать принятые в языке нормы вежливости; используемый словарный запас должен соответствовать поставленной задаче;

- использовать иностранный язык в межличностном общении и деловой коммуникации; вести письменное общение на иностранном языке, составлять деловые письма; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, социально-культурной компетентности.

*владеть:*

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом общении на иностранном языке;

- основными методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации для получения различной информации и выполнения исследовательской работы и практических профессиональных заданий; - различными методами, способами и средствами получения информации;

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом общении на иностранном языке; различным навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Русский язык и культура речи»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование и развитие коммуникативной компетенции специалиста технического или экономического профиля – участника профессионального общения на русском языке.

**Задачи дисциплины:** повышение общей и профессиональной культуры устной и письменной речи, уровня орфографической, пунктуационной и стилистической грамотности; обучение работе с лингвистическими словарями разных типов; формирование и развитие необходимых знаний о современном языке и его литературных нормах, а также навыков и умений в использовании средств русского языка в зависимости от ситуации речевого общения; развитие коммуникативных способностей; выработка собственной системы речевого самосовершенствования. Особое внимание уделяется выработке умений и навыков общения в рамках официально-делового стиля.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6, ОК-19.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- о различных типах лингвистических словарей и справочников, характере и способах подачи информации в них, системе словарных помет;

- нормы литературного языка, основы эффективной речевой коммуникации; основные особенности официально-делового стиля речи, нормы и правила делового этикета, основные виды деловых писем, правила ведения деловой переписки, модели синтаксических конструкций для выражения различных мотивов письма и использующихся в языке делового общения.

*уметь:*

- самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления профессиональной деятельности;

- отбирать языковые средства в зависимости от целей и ситуации коммуникации; различать допустимый и ошибочный варианты; уметь оформлять текст в соответствии с требованиями жанровой и стилистической разновидности; составлять тексты личныхдокументов***,***активно пользоваться речевыми конструкциями (языковыми формулами), характерными для определённых видов делового письма и для конкретных ситуаций делового общения.

*владеть:*

- нормы литературного языка, основы эффективной речевой коммуникации; основные особенности официально-делового стиля речи, нормы и правила делового этикета, основные виды деловых писем, правила ведения деловой переписки, модели синтаксических конструкций для выражения различных мотивов письма и использующихся в языке делового общения;

- нормами литературного языка в устной и письменной речи; навыками композиционного построения текста и способами аргументации в нем в зависимости от функционально-стилистической принадлежности текста; владеть навыками профессионального общения, публичного выступления, а также навыками ведения деловой переписки и составления деловых писем.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Экономическая теория»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** получение общего представления о принципах и законах функционирования рыночной экономики; познакомить со спецификой экономического моделирования, раскрыть содержание базовых терминов и понятий, используемых при изучении других экономических дисциплин.

**Задачи дисциплины:**

- получить знания о базовых принципах и законах функционирования рыночной экономики;

- уметь использовать экономические модели для анализа экономической ситуации, прогнозирования и предвидения последствий государственной экономической политики;

- владеть навыками расчёта базовых экономических показателей.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Экономическая теория» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ПК-26; ПК-27; ПК-28.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;

- основные нормативные правовые документы;

- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономический теории;

*уметь:*

- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;

- анализировать и оценивать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;

- проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели

- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации);

*владеть:*

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;

- культурой мышления, способами обобщения и анализа информации, необходимой для выбора путей решения поставленной задачи;

- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Социология»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование социологического видения мира, умение критически смотреть на обыденные суждения, социальные стереотипы и предрассудки, существующие в массовом сознании.

**Задачи дисциплины:** Сформированное целостное системное социологическое мышление поможет студенту занять в обществе активную социальную позицию. Студенты должны иметь представление о социологическом подходе к личности, факторах ее формирования и формах регуляции социального поведения, о природе социальных общностей и групп, видах и исходах социальных процессов и владеть основами социологического анализа.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Социология» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОК-7; ОК-11; ОК-13; ПК-5.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- логические закономерности построения мыслительных процессов;

- базовые и профессионально-профилированные основы социологии;

- элементарные теоретические основы социальных наук, а также методы математического анализа социологической информации.

*уметь:*

- анализировать особенности речевых конструкций;

- использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач; оценивать уровень собственных гуманитарных и социально-экономических знаний и определять потребность в дальнейшем обучении;

- применять принципы социальных наук при анализе профессиональных проблем.

*владеть:*

- четкой постановки целей и выбора эффективных средств их достижения;

- навыками социологического анализа социальной действительности;

- навыками социологического моделирования социальных процессов в области профессиональной деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Политология»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** изучение основных элементов политической сферы жизни общества, особенностей их возникновения, основных направлений эволюции и тенденций современного развития.

**Задачи дисциплины:** дать логически стройную систему современных знаний о политике, формах правления и системах власти, осмысленное отношение к своей стране, государству, гражданскому обществу, правам и обязанностям гражданина, что поможет ему в решении профессиональных задач и социальных проблем; дать студентам базовые знания в области современной политической науки, ее методологии и методики изучения; сформировать у студентов научные основы политического сознания и демократической политической культуры, способствовать развитию научного стиля мышления, навыков политологического анализа и прогнозирования политических процессов; применять понятийно-категориальный аппарат и основные законы политологии в профессиональной деятельности

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Политология» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-3.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основные права и обязанности как гражданина своей страны;

- основные проблемы современного человечества;

- основные движущие силы исторического процесса, формы и методы участия в нем.

*уметь:*

- эффективно использовать действующее законодательство своей страны;

- использовать методы естественнонаучных и гуманитарных дисциплин для теоретического и экспериментального исследования;

- излагать свои мысли в письменной и устной форме по вопросу роли России в истории человечества и в современном мире.

*владеть:*

- навыками совершенствования и развития общества на человеческих универсальных принципах;

- навыками интерпретации результатов прикладных исследований политических отношений, институтов и процессов в целом и в конкретных условиях в частности; подготовки и оформления материалов справочного и информационно-аналитического характера, в том числе касающихся общественно-политической проблематики;

- навыками обоснования закономерностей исторического и политического процессов.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Этика делового общения»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** вооружить студентов теоретическими и прикладными знаниями в области  этики деловых отношений и помочь им в выработке умений и навыков общения с деловыми партнерами, руководителями, подчиненными.

**Задачи дисциплины:**

* повысить этическую эффективность деловых отношений;
* познакомить студентов с профессионально значимыми формами делового общения, особенностями вербальных и невербальных коммуникаций и научить их использовать правила делового речевого этикета;
* развить умения выражать мысли, эффективно слышать и слушать партнёра, устанавливать контакт, разрабатывать и применять коммуникативные сценарии поведения, грамотно использовать модели, стратегии и стили делового общения, сформировать навык эффективного ведения переговоров;
* освоить технологию разрешения конфликтов, ведения переговоров в конфликтной ситуации;
* оснастить «ключами доступа» к каждому конкретному деловому партнёру и технологиями влияния на него (убеждающего, внушающего и пр. характера) через знакомство со средствами вербальной и невербальной коммуникации, ведущими репрезентативными системами, техниками, приёмами, методиками, включаемыми в коммуникативные программы;
* научить менеджеров практически организовывать деловые мероприятия (совещания, брифинги, переговоры, пресс-конференции, презентации и пр.) в соответствии с требованиями, принципами и технологиями делового партнёрства;
* сформировать представление о нормах и ценностях, определяющих поведение людей в бизнесе, при деловом общении;
* изучить основные принципы поведения при трудоустройстве, получить навыки прохождения собеседований при приеме на работу;

познакомить с современными моделями составления деловых документов.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Этика делового общения» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6, ОК-19; ОК-22.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- природу, сущность, принципы и ценности современной деловой этики;

- языковые формулы и формы обращений;

- и объяснять понятия «сотрудничество», «работа в команде», «дисциплинированность», «кооперация с коллегами в коллективе»;

- социально-психологические особенности коллективного взаимодействия;

- правила предупреждения конфликтов и разрешения конфликтных ситуаций;

- основные принципы, закономерности, этические и психологические основы общения.

*уметь:*

- использовать полученные знания в конкретных ситуациях морального выбора в служебной практике;

- внедрять этические нормы в деловой разговор (устный и письменный, через Интернет и аудиовизуальные средства);

- объяснять целесообразность подчинения при работе в команде, проявлять дисциплинированность и готовность к подчинению при работе в команде; уметь общаться в коллективе, принимать и реализовывать решения на основе групповых интересов;

- пользоваться технологиями обратной связи на деловых совещаниях и конференциях, считывать «невербальные сигналы»;

- практически организовывать деловые мероприятия (совещания, брифинги, переговоры, пресс-конференции, презентации и пр.) в соответствии с этическими нормами, а также на основе требований, принципов и технологий делового партнёрства и сотрудничества.

*владеть:*

- коммуникативными инструментами этики деловых отношений;

- навыками интерактивной коммуникации, группового взаимодействия;

- индивидуально-психологическим подходом к участникам коллективного взаимодействия;

- технологиями влияния на  людей в процессе совместной деятельности, соблюдая этические нормы;

- навыками ведения деловых переговоров: отстаивать свою позицию, поддерживать или корректно опровергать доводы противника, владеть различными речевыми средствами убеждения и воздействия на партнера.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Правоведение»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** овладение студентами знаниями в области права, выработке позитивного отношения к нему, в рассмотрении права как социальной реальности, выработанной цивилизацией и наполненной идеями гуманизма, добра и справедливости, формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в различных отраслях российского права.

**Задачи дисциплины:** выработка умения понимать законы и другие нормативные правовые акты, как общего характера, так и регулирующие отношения, складывающиеся в сфере деятельности железнодорожного транспорта; обеспечивать соблюдение законодательства, принимать решения и совершать иные юридические действия в точном соответствии с законом.; анализировать законодательство в сфере железнодорожного транспорта, и практику его применения.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Правоведение» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-19, ПК-28.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- происхождение права, понятие и значение основных правовых категорий, основы конституционного, административного, гражданского, трудового, экологического, уголовного права, с учетом специфики правового регулирования отношений, входящих в предмет некоторых из указанных отраслей, применительно к сфере железнодорожного транспорта;

- понимать сущность, характер и взаимодействие правовых явлений, видеть их взаимосвязь в целостной системе знаний и значение для реализации права.

*уметь:*

- применять полученные знания в своей профессиональной деятельности

*владеть:*

- навыками анализа положения нормативных правовых актов, и, в частности – нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере железнодорожного транспорта, применять полученные знания в процессе семинарских занятий.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Психология»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** научить студента применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения. **Задачи дисциплины:**

- сформировать психологическую составляющую профессионального мышления будущего специалиста в области управления персоналом и производством. Современная социально - экономическая ситуация требует от специалиста учета субъективных факторов социальных явлений на индивидуальном и групповом уровне;

- ознакомить с основными функциями психологии и сферами применения психологических знаний в различных областях жизни;

- способствовать приобретениюсистематических знаний в области психологии;

- ознакомить со значением психологии в обществе, основными практическими задачами, решаемыми с их помощью и на их основе.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Психология» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-7; ОК-11, ОК-12; ОК-13; ПК-5; ПК-6.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- теоретические основы социального взаимодействия в процессе профессиональной деятельности; основы социализации личности;

- элементарные теоретические основы принятия организационно-управленческих решений в кризисных ситуациях;

- психологическую структуру личности;

- психологические принципы управления персоналом и качества, формирующие склонность к управлению.

*уметь:*

- ориентировать себя на достижение общего результата в кооперации с другими людьми; анализировать личностные качества;

- разрабатывать эффективные управленческие решения в интересах повышения степени ответственности трудовых коллективов;

- применять знания в интересах совершенствования своей личности и профессиональной квалификации;

- разрабатывать эффективные управленческие решения в интересах оптимизации деятельности организации.

*владеть:*

- навыками контроля и оценки эффективности деятельности команды и отдельного работника, методами совершенствования собственной личности;

- навыками анализа педагогических ситуаций и способами психического самоконтроля;

- приемами повышения профессиональной квалификации, а также систематической коррекцией личностных качеств;

- навыками анализа производственных ситуаций и методами управления ими.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Культурология»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** обеспечение профессионального образования, способствующего социальной, академической мобильности, востребованности на рынке труда, успешной карьере, развитию общей эрудиции.

**Задачи дисциплины:**

- раскрыть содержание и сущность основных культурологических и философских понятий, категорий, методов, проблем и концепций, позволяющих решать и ставить современные культурологические проблемы в современной философии;

- изложить основные культурологические концепции XIX-XXI веков, описать взаимосвязь мировой культуры с философией, диалогичность всех исследуемых задач, научит студентов анализировать оригинальные тексты русских и западных философов;

- рассмотреть различные аспекты философии и методологии культуры, теории и истории культуры; антропологии; культуры и религии; культуры и науки; глобальные проблемы человечества в современном философском контексте;

- показать специфику философской проблематики в истории мировой и отечественной культуры;

- осмыслить возникновение и роль мировой культуры как особой дисциплины гуманитарного и философского циклов;

- дать анализ основных этапов, учений и школ в истории и теории культуры (философско-культурологический анализ) с точки зрения её культурно-исторической специфики;

- определить специфику отечественной культурологической мысли в контексте историко-философского процесса и современности.

- проанализировать основные направления, результаты и перспективы развития современной теоретической культуры (XXI в).

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Культурология» относится к базовому компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- принципы, основы, теории, законы, правила, используемые в курсе для изучения объектов курса.

*уметь:*

- высказывать, формулировать,выдвигать гипотезы о причинах возникновения той или иной ситуации (состояния, события), о путях (тенденциях) ее развития и последствиях. Планировать свою деятельность по изучению курса и решению задач курса;

- оформлять, представлять, описывать, характеризовать данные, сведения, факты, результаты работы на языке символов (терминов, формул, образов), введенных и используемых в курсе.

*владеть:*

- навыками постановки цели и организации её достижения, аргументации поставленной цели;

- навыками планирования, анализа, рефлексии, самооценки своей учебно-познавательной деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Экономика»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** состоят в том, чтобы студенты сформировали целостное представление о функционировании экономики как единой системы

**Задачи дисциплины:** научить студентов анализировать последствия макроэкономической политики, с помощью которой государство воздействует на поведение экономических субъектов; результаты их экономической деятельности; дать навыки расчета основных макроэкономических показателей, выявления условий достижения макроэкономического равновесия и причины его нарушения, уровней безработицы, инфляции, внутреннего и внешнего равновесия в экономике, величины мультипликативного изменения национального дохода.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Экономика» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-26; ПК-28.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основные понятия и модели макроэкономической теории

- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета

*уметь:*

- ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;

- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса.

*владеть:*

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества

- культурной мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Логистика»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирует на базе анализа современных подходов к теории и практике понимание сущности, природы и методологии логистического познания предприятий как сложных систем, формирует знания, умения и навыки для творческого подхода к управлению оптимизацией потоковых процессов, происходящих в таких системах, так как логистические взаимосвязи - один из определяющих факторов повышения эффективности деятельности.

**Задачи дисциплины:**

* изучение понятийного аппарата логистики;
* усвоение принципов и методов логистического познания предприятий как сложных искусственных систем;
* рассмотрение практического применения теории и методологии логистики на предприятиях.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Логистика» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ОК-19; ПК-18; ПК-19; ПК-21; ПК-22.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* место и роль логистики в становлении и развитии новой экономической теории;
* основы теории и методологии логистики предприятия;
* логистическую сущность экономической эффективности процессов производства и распределения материальных благ;
* основные функциональные области логистики и их роль в экономике предприятия;
* методы оптимизации движения и использования материальных и информационных потоков на предприятии;
* требования логистики к традиционной системе управления предприятием.

*уметь:*

* выявлять недостатки современной теории и практики управления предприятием исходя из логистической концепции управления;
* применять логистические принципы и методы управления потоковыми процессами на предприятии.

*владеть навыками:*

* навыками самостоятельного усвоения новых знаний в области теории логистики;
* методами анализа функционирования звеньев логистической цепи - «закупка», «производство», «запасы», «складирование», «транспорт», «распределение и сбыт», «сервис», «информация»;
* выбора наиболее целесообразных экономических, экономико-математических и статистических методов, которые применяются для решения разных теоретических и практических задач в логистических системах.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Культурно-религиозное наследие России»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование понимания истоков и традиций русской и российской национальной культуры.

**Задачи дисциплины:** Формирование компетенции в области русской православной культуры, важнейших понятий и норм христианской нравственности;

формирование компетенции в области новейших научных теорий о закономерности культурно-исторического процесса.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Культурно-религиозное наследие России» относится к вариативному компоненту цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, является обязательной для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основные явления исторического процесса, а так же основные памятники русской православной культуры;

- важнейшие нравственные понятия христианства; пути и средства борьбы со своими недостатками.

*уметь:*

- использовать знания, полученные при освоения дисциплины, для анализа гипотез о происхождении религии; выявлять особенности исследования мира наукой и религией;

- критически оценивать свой нравственный и культурный уровень (свои достоинства и недостатки).

*владеть:*

- навыками участия в дискуссиях по проблемам мировоззренческого характера;

- навыками применения знаний, полученных при изучении дисциплины, для повышения своего нравственного и культурного уровня.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Математика»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование личности студента, развитие его интеллекта и способностей к алгоритмическому и логическому мышлению.

**Задачи дисциплины:**

развить навыки постановки и решения задач линейной алгебры, дифференциального и интегрального исчисления, ознакомить студентов с основами теории вероятностей и математической статистики, научить строить математические модели для решения прикладных задач, и применять полученные теоретические знания на практике. выработать у студентов твердые навыки решения задач экономико-математического содержания.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Математика» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОК-5; ПК-32.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- аналитическую геометрию и линейную алгебру, математический анализ, теорию вероятностей и статистические методы обработки экспериментальных данных;

- методы математического анализа, линейной алгебры, теории вероятностей и математической статистики для решения задач, выдвигаемых практикой работы менеджера в области маркетинга.

*уметь:*

- производить расчеты математических величин;

- применять статистические методы обработки экспериментальных данных;

- применять методы математического анализа, линейной алгебры, теории вероятностей и математической статистики для решения задач, выдвигаемых практикой работы менеджера в области маркетинга.

*владеть:*

- методами перевода экономической задачи на математический язык, т.е. уметь составлять математическую модель задачи, выбирать оптимальный метод ее решения и исследования, интерпретировать и оценивать полученные результаты;

- методами математического анализа, линейной алгебры, теории вероятностей и математической статистики как инструментом анализа и прогнозирования экономических явлений и процессов в маркетинговой и коммерческой деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Информатика»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** знакомство студентов с основными понятиями информатики, основами современных информационных технологий переработки информации и их влияния на успех в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** подготовка студентов, направленная к эффективному использованию современных компьютеров, сетевого и телекоммуникационного оборудования, а также прикладных программных продуктов и систем в информатизации управленческого труда и коммерческой деятельности. В рамках дисциплины рассматриваются вопросы современного состояния, уровня и направлений развития вычислительной техники и программных средств. А также даются основы по защите информации.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Информатика» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-17, ОК-18; ПК-33; ПК-34.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- понятия: данные, информация, в том числе экономическая;

- методы, способы и средства получения, хранения и переработки информации;

- основы работы с компьютером;

 - угрозы обеспечения безопасности сохранности информации в ЭВМ, способы и средства защиты и профилактики.

*уметь:*

- использовать источники экономической, социальной, коммерческой информации;

- осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;

- реализовывать основные мероприятия по обеспечению сохранности и безопасности информации с использованием типового программного обеспечения ЭВМ.

*владеть:*

- современными методами сбора, обработки и анализа; экономических и социальных данных;

- навыками работы с компьютером;

- навыками работы в глобальных компьютерных сетях;

- навыками работы с программами защиты информации.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Концепции современного естествознания»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** ознакомление студентов, обучающихся по гуманитарным направлениям, с дополнительным для них неотъемлемым компонентом единой культуры - естествознанием - и формирование целостной системы взглядов на окружающий мир. Данная дисциплина представляет собой не просто совокупность избранных глав традиционных курсов физики, химии, биологии и экологии, является продуктом междисциплинарного синтеза на основе комплексного историко-философского, культурологического и эволюционно-синергетического подхода к современному естествознанию. Ее эффективное преподавание возможно на основе применения новой мировоззренческой парадигмы, способной объединить оба компонента культуры и раскрыть универсальную роль метаязыка, синтезирующего фундаментальные законы естествознания, философии и синергетики.

**Задачи дисциплины:** дать общие представления об исторических этапах развития наук о природе, осветить концепции современного знания о происхождении и эволюции Вселенной, жизни, человеческого общества и разума, по сути, составляющие ядро современной научной картины мира и имеющие важное значение для формирования научного мировоззрения и общей культуры студента. В задачу курса входит не столько проведение глубокого философского анализа той или иной проблемы, сколько отображение конкретных знаний, полученных в естественных науках, с тем, чтобы учащийся на основе полученной информации сам пришел к выводам, определяющим его видение картины мира.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Концепции современного естествознания» относится к вариативной части Математического и естественнонаучного циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

методы и формы научного познания;

исторические этапы познания природы;

различные исторически сложившиеся научные картины мира;

понятия пространства, времени и материи;

основные космологические и космогонические концепции;

основные формы организации живой материи;

основные законы и факторы эволюции живого мира;

строение и функционирование биосферы;

место человека в системе животного мира и его антропогенез.

*уметь*

использовать естественнонаучные термины в повседневной жизни и профессиональной сфере;

вести дискуссии на естественнонаучные темы;

использовать современные положения естественных наук в повседневной жизни и профессиональной сфере;

структурировать, обобщать и систематизировать собранный научный материал для написания реферата, подготовки презентации и доклада в устной форме.

*владеть*

терминологией изучаемого предмета;

навыками естественно-научного мышления;

первичными навыками применения современных естественнонаучных положений и теорий;

навыками самостоятельной работы;

навыками поиска научной информации в библиотечном фонде и через Интернет;

ознакомления с основными проблемами современных науки, техники, народного хозяйства и общества.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Статистика»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** знакомство студентов с основными понятиями статистики, способами математической обработки, анализа и представления данных, необходимыми для обоснования управленческих решений.

**Задачи дисциплины:** подготовка студентов, направленная к эффективному использованию современных методов статистической обработки данных, служащих для теоретического обоснования решений в области управленческого труда и коммерческой деятельности. В рамках дисциплины рассматриваются вопросы современного состояния, уровня и направлений развития методов математической статистики.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Статистика» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОК-5; ПК-32.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

предмет, метод и задачи статистики;  общие основы статистической науки; принципы организации государственной статистики;  современные тенденции развития статистического учёта; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления  информации; основные формы и виды действующей статистической отчётности; технику расчёта статистических показателей, характеризующих социально- экономические явления.

*уметь:* собирать и регистрировать статистическую информацию; проводить первичную обработку и контроль материалов наблюдения; выполнять расчёты статистических показателей и формулировать основные  выводы;

*владеть навыками:*

осуществления комплексного анализа изучаемых социально-экономических явлений  и процессов, в т.ч. с использованием средств вычислительной техники.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Общий курс железных дорог»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование у студентов представлений, знаний и умений в области организации перевозок и управления на транспорте, обеспечивающих комплексное представление о транспортной системе, значении и роли транспорта в современном обществе, в экономике страны и удовлетворении потребностей экономики и населения в перевозках, роли транспорта в логистике и управлении цепями поставок, о системе взаимосвязи пространства, времени и затрат на перемещение предмета перевозки, структуре и содержании транспортных процессов.

Изучение курса позволяет выявить объективную необходимость транспортного обслуживания народного хозяйства и населения, а также сформировать представление о физических компонентах транспорта (инфраструктуре, подвижном составе), их взаимосвязях и условиях функционирования во взаимодействии с логистическими подсистемами.

**Задачи дисциплины:** дать общесистемные представления в области организации, управления, техники, технологии транспортно-технологических комплексов видов транспорта, современных транспортно - логистических технологий; понятия о путях оп­тимизации принятия решений по совершенствованию транспортного обслуживания, о мировых тенденциях развития различных видов транспорта; путях интеграции транспорт­ной системы России в мировой транспортный комплекс, основных технико-экономиче­ских характеристиках и эксплуатационных показателях, характеризующих работу транспортных систем.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Общий курс железных дорог» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-51.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

основные понятия о транспорте, транспортных сис­темах; особенности и место транспорта в современном обществе, его роль в функциониро­вании экономики; ос­новные характеристики различных видов транс­порта; тех­нику и технологии, организацию работы, сис­темы энерго­снабжения, инженерные сооружения и сис­темы управле­ния на железнодорожном транспорте, стра­тегию развития железнодорожного транспорта; основные принципы фор­мирования, функционирования и развития транспортного комплекса страны, критерии эффективности функциони­рования и технико-эконо­мические параметры транспорта;

особенности отдельных элементов транспортного про­цесса, характеристики и эксплуатационные свойства тех­нических средств видов транспорта, их роль и влияние на эффективность и качество транспортного обслужива­ния

*уметь:*

использовать основные сведения о транспорте, транспортных системах, характеристиках различных ви­дов транспорта, об организации работы, системах энерго­снабжения, инженерных сооружениях железнодорожного транспорта при разработке марке­тинговой стратегии ло­гистики, плани­ровании про­изводст­венной деятель­ности логистических подразделений.

*владеть:*

основами устройства элементов инфраструктуры и подвижного состава железнодорожного транспорта, ор­ганиза­ции движения и перевозок.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Интернет-технологии ведения бизнеса»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование у студентов представлений, знаний и умений в области моделирования и управления бизнес-процессами в электронной коммерции.

**Задачи дисциплины:**

- формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием электронного бизнеса и особенностями работы на различных сегментах рынка;

- подготовка специалистов, способных обеспечить последовательное движение России к участию в интегрированных процессах глобализации на базе современных информационных технологий.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Интернет-технологии ведения бизнеса» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-18, ОК-19.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать*

• теоретические основы организации и функционирования предприятий электронной коммерции;

• классификации основных направлений электронной коммерции;

• достоинства и недостатки существующих решений по созданию предприятий электронной коммерции;

*уметь*

• решать вопросы, связанные с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;

• использовать методики оценки эффективности функционирования предприятий электронной коммерции;

*владеть навыками*

- построения бизнес-моделей на базе информационных технологий

- проектирования коммерческих интернет-сайтов

- оценки эффективности методов интернет-маркетинга.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Методы принятия управленческих решений»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** овладение научными методами организации процесса принятия управленческих решений непосредственно при его осуществлении, а также на стадии реализации выработанных решений

**Задачи дисциплины:**

* сформировать у студентов научное представление и понимание концептуальных основ разработки управленческих решений, имеющих практическое значение;
* заложить потенциал знаний в области организационного проектирования, психологических аспектов мыслительной деятельности, методов экономической статистики, определяющих профессионализм принятых управленческих решений.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Методы принятия управленческих решений» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ОК-15; ПК-31; ПК-32.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- сущность и значимость процесса принятия решения;   
- целостную картину оценки информации, анализа факторов и условий, разработки альтернатив и окончательной выработки управленческого решения;  
 *уметь:*

- применять методологию и инструментарий принятия управленческих решений;   
  
- научиться анализировать и прогнозировать различные факторы и ситуации, учитывать их влияние на принятие решения;  
*владеть:*

- теоретическими знаниями для применения их на моделях и в практических ситуациях, используя весь инструментарий организационного проектирования и психологические аспекты принятия решений.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Информационные технологии в менеджменте»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** ознакомление обучающихся с принципами организации и внедрения информационных технологий на экономическом объекте управления в объеме, достаточном для практического использования полученных знаний в дальнейшей работе по специальности, а также для самостоятельного изучения соответствующей научной литературы.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомление с основными теоретическими и методологическими направлениями использования технологий обработки и управления информацией;   
- изучение механизмов принятия решений с помощью информационных средств;   
- изучение принципов оптимального управления информационными объектами;   
- получение практических навыков в области применения технологий, реализующих экономические системы, а также решения задач технологического менеджмента, обеспечивающих поддержку принятия управленческих решений.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Информационные технологии в менеджменте» относится к Математическому и естественнонаучному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-16, ОК-18; ОК-19; ПК-20, ПК-32, ПК-34.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний;

- методологию использования информационных технологий для применения методов количественного анализа и моделирования;

- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией;  
- иметь представление о корпоративных системах и базах данных;  
*уметь:*

- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные с помощью информационных технологий;

- применять информационные технологии для решения управленческих задач и управления экономическими объектами;

*владеть:*

- информационными технологиями для реализации основных методов, способов и средств получения, хранения, переработки информации;

- навыками работы с автоматизированными средствами управления информацией;

- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;

- способностью работать с информацией в корпоративных информационных системах.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Маркетинг»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование знаний, умений и навыков применения маркетингового инструментария в процессе управления деятельностью организации, эффективного поиска и принятия управленческих решений в рыночных условиях.

**Задачи дисциплины:**

* дать представление о сущности концепции маркетинга как философии современного бизнеса
* сформировать умения и навыки использования и разработки элементов комплекса маркетинга организации для решения ее важнейших управленческих задач в условиях современных рынков.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Маркетинг» относится к Профессиональному циклу дисциплин, обязательна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8; ПК-10; ПК-36, ПК-50.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать*

предмет, определение, принципы маркетинга;

концепции маркетинга и хронологию их развития;

систему функций маркетинга;

состав системы маркетинговой информации;

методы сбора маркетинговой информации;

последовательность маркетингового планирования;

возможные структуры управления маркетингом в организации;

современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющие на маркетинговые решения

*уметь*

выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности;

формировать основные элементы комплекса маркетинга;

использовать маркетинговый инструментарий в практической деятельности коммерческого предприятия

оценивать экономическую эффективность разработанных маркетинговых мероприятий

*владеть навыками*

использования комплекса маркетинга для достижения целей организации;

разработки и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Теория менеджмента»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование знаний и практических навыков для поиска и принятия эффективных управленческих решений в процессе управления деятельностью организации в рыночных условиях.

**Задачи дисциплины:**

сформировать представление об истории и методологии менеджмента как науки

овладение студентами знаниями об особенностях теоретических подходов основных школ менеджмента

понимание роли менеджмента в современных организациях

осознание роли человеческих ресурсов и управления ими в достижении организациями их целей и задач.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Теория менеджмента» относится к Профессиональному циклу дисциплин, обязвтельна для изучения.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8; ОК-10; ПК-1; ПК-2, ПК-3, ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-18.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать*

функции менеджмента;

ключевые цели организации по функциональным подсистемам;

виды организаций;

варианты построения организационной структуры управления фирмой;

методы управления;

процесс подготовки и принятия решений по различным аспектам деятельности организации;

теории мотивации и принципы проектирования оптимальных систем мотивации труда;

формы власти и влияния, основные теории лидерства и стили руководства;

подходы в управлении конфликтами, стрессами и изменениями;

понятие самоменеджмента;

основные составляющие оценки эффективности социально-экономических систем.

*уметь*

планировать, организовывать, координировать, мотивировать и контролировать работу как отдельных специалистов, так и целых структурных подразделений организации;

проектировать организационную структуру управления фирмы;

разрабатывать систему мотивации персонала;

рассчитывать эффективность управления организацией (фирмой);

*владеть навыками*

выбора наиболее целесообразных управленческих инструментов в соответствии с конкретными экономическими ситуациями в деятельности организации;

принятия решений по управлению организацией в зависимости от ситуации и поставленных целей.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Учет и анализ»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование знаний и практических навыков по методологии и организации финансового и управленческого учета, адаптируя их к условиям конкретных предприятий и целей предпринимательства, особенностям каждого уровня управления.

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний по финансовому учету;

- формирование знаний о содержании управленческого учета, его принципах и назначений;

- представление о современных системах производственного учета (стандарт-кост, нормативный учет затрат, директ-костинг) и особенностях их применения на предприятиях различных отраслей народного хозяйства;

- использование информации управленческого учета для принятия управленческих решений и оценки их эффективности;

- формирование знаний по финансовому анализу.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Учет и анализ» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-33; ПК-38, ПК-39, ПК-40.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*иметь представление:*

**-** о целях и возможности использования менеджерами информации, подготовленной бухгалтерским управленческим учетом;

- об отличиях и взаимосвязях двух видов учета – управленческого и финансового, в процессе подготовки информации для пользователей;

- об основных концепциях внутренней отчетности и ее взаимосвязи с бухгалтерской (финансовой) отчетностью;

*знать:*

**-** сущность, особенности и критерии бухгалтерского управленческого учета, общие принципы его построения;

- методы и способы организации учета состояния и использования ресурсов предприятия в целях управления хозяйственными процессами и результатами деятельности;

- систему сбора, обработки и подготовки информации по предприятию и его внутренним подразделениям;

- проблемы, решаемые бухгалтерами-аналитиками в процессе реформирования информации, полезной для принятия управленческих решений;

*уметь:*

**-** отражать хозяйственные операции организации на счетах бухгалтерского учета;

**-** использовать систему знаний о принципах бухгалтерского управленческого учета для систематизации данных о производственных затратах, оценке себестоимости продукции и определения прибыли;

- управлять затратами с помощью различного вида смет и систем бюджетирования;

- проводить финансовый анализ;

*владеть:*

- практическими навыками по ведению финансового учета деятельности организации;

- практическими навыками по организации управленческого учета;

- методикой проведения финансового анализа.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Финансовый менеджмент»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:**

овладение теорией (понятийным аппаратом, принципами, базовыми концепциями и пр.) и организацией (информационно-аналитической базой, этапами, организационным обеспечением, методами, процедурами и методиками) управления инвестиционной, финансовой и инновационной деятельностью хозяйствующего субъекта.

**Задачи дисциплины:**

- приобретение теоретических знаний и практических навыков по проведению финансово-инвестиционного анализа, бюджетирования и контроля;

- использование результатов прикладных экономических исследований и данных бухгалтерского учета в обосновании оптимальных управленческих решений, в разработке стратегии и тактики финансово-инвестиционной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Финансовый менеджмент» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-11; ПК-34; ПК-40, ПК-44, ПК-45, ПК-46.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

**-** базовые концепции, принципы и основные инструменты финансового менеджмента;

- содержание и основные проблемы финансового менеджмента;

- понятийный аппарат финансового менеджмента;

- методы, приемы, систему частных и обобщающих показателей, обеспечивающих получение объективной оценки состояния объекта финансового менеджмента;

- способы и процедуры формирования финансовой отчетности по международным и российским стандартам, возможности отчетной информации в обосновании инвестиционных и финансовых решений;

- методики финансового и инвестиционного анализа, внутреннего контроля, прогнозного анализа и бюджетирования деятельности коммерческих организаций;

*уметь:*

- оперативно формировать информационную базу для обоснования финансовых и инвестиционных решений, в том числе с использованием информации бухгалтерского учета;

- правильно интерпретировать данные бухгалтерской отчетности, формировать прогнозную финансовую информацию;

- обосновывать оптимальные управленческие решения в области финансово-инвестиционной деятельности коммерческих организаций;

- осуществлять оперативный и последующий контроль выполнения финансово-инвестиционных решений;

- применять в процессе финансового менеджмента методики бухгалтерского учета, экономического анализа, бюджетирования и внутрихозяйственного контроля;

*владеть:*

- техникой применения инструментов финансового менеджмента;

- методиками прогнозирования изменений обменного курса;

- навыками проведения анализа оценки эффективности финансовых вложений;

- методиками анализа исполнения смет, оперативной и бухгалтерской отчетности по финансовой деятельности предприятия;

- навыками формирования достоверной и полной отчётности для руководителя предприятия по проблемам финансирования, администрирования и другим финансовым вопросам.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление человеческими ресурсами»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:**

формирование у будущих менеджеров твердых теоретических знаний и практических навыков в области поведения потребителей в рыночных условиях, состоит в том, чтобы, исходя из теоретических положений и на основании обобщения отечественного и зарубежного практического опыта, раскрыть содержание и формы управления персоналом, вооружить студентов прочной базой знаний необходимых в практике управления персоналом организаций.

Задачи, связанные с персоналом, возникают на всех функциональных участках и на всех уровнях управления экономикой. При их решении следует исходить из того, что в центре внимания стоит работающий человек, независимо от того, какое место он занимает и какие задачи выполняет в организации. Работа с персоналом организаций все более выступает не как управление, основанное на административных методах, а представляет собой реализацию управленческих решений, основанных на согласовании системы интересов человека и организации.

**Задачи дисциплины:**

- формирование четких представлений о теоретических основах и основных концепциях управления персоналом, его месте и роли в системе управления организацией;

- приобретение теоретических и практических знаний в области управления персоналом;

- приобретение начальных, основополагающих знаний в области государственной политики занятости, регулировании социально-трудовых отношений в области управления персоналом;

**-** формирование представлений об основных направлениях деятельности в области управления человеческими ресурсами современных организаций;

- формирование представлений об основных методах оценки эффективности работы по управлению человеческими ресурсами современных организаций, роли и месте кадровой службы в достижении целей организации;

- научить применять на практике принципы разработки и реализации оптимальных кадровых решений и оценки их эффективности.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Управление человеческими ресурсами» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-13, ОК-19, ПК-4; ПК-6; ПК-7, ПК-13, ПК-14, ПК-37.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основы управления персоналом в системе управления предприятием, принципы и методы управления персоналом, место трудового потенциала в системе управления персоналом, основные требования к отбору и приему персонала;

− современные подходы и методы управления персоналом организаций;

− принципы и правила формирования кадровой политики и стратегии управления персоналом;

− технологию и методы оценки результатов труда персонала;

− показатели и методы оценки социальной и экономической эффективности работы системы управления персоналом предприятия. источники найма персонала;

− основные элементы управления деловой карьерой непосред­ственно на предприятии;

− основные принципы и методики оценки персонала, формы и ме­тоды обучения кадров, основы трудовой мотивации;

*уметь:*

− экономически грамотно и самостоятельно разбираться в социально-трудовых явлениях в сфере управления персоналом: их сущности; закономерностях; конечных результатах;

− проводить анализ содержания и требований к работе, оценку персонала, управлять его служебно-профессиональным продвижением, работать с документами в области кадрового делопроизводства;

− планировать процесс кадрового обеспечения, определять численность работников для выпол­нения определенного вида работ;

− строить организационные структуры управления персоналом на предприятии (организации);

− разрабатывать должностные инст­рукции, контракты (договоры) с персоналом в организации;

− составлять и анализировать коллективные договоры предприятий (организаций), разрешать коллективные и индивидуальные трудовые разногласия;

− моделировать содержание элементов обеспечения системы управления персоналом;

− выделять и обосновывать принципы формирования кадровой политики и стратегии управления персоналом;

− оценивать факторы, влияющие на потребность организации в кадрах, определять количественные и качественные параметры потребности;

− применять современные системы оценки результатов труда персонала;

*владеть:*

− основными методами оценки социальной и экономической эффективности проектов по совершенствованию системы управления персоналом.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Стратегический менеджмент»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:**

овладение студентами знаний и навыков в области анализа конкурентной среды, эффективного принятия комплексных стратегических решений, разработки и реализации портфельных, корпоративных, деловых и функциональных стратегий.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать у студентов базовые знания в области деловой среды, протекающих в ней процессов, навыки системного мышления, анализа и синтеза;

- овладеть концепцией и практическими инструментами стратегического менеджмента;

- изучить способы достижения конкурентного преимущества в бизнес-среде, избирать эффективную стратегию и контролировать ее реализацию.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ПК-4; ПК-8; ПК-9, ПК-15, ПК-48.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- сущность и социальную значимость стратегического управления;

- целостную картину становления и развития организации в конкурентной среде;

*уметь:*

- использовать методологию и инструментарий стратегического управления;

- анализировать и прогнозировать развитие внешней и внутренней среды, разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии;

*владеть:*

- применением теоретических знаний на моделях и в практических ситуациях,

- проявлять реализм, гибкость мышления, интуицию и прогностические умения.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Корпоративная социальная ответственность»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование у студентов систематизированных знаний о корпоративной социальной ответственности (КСО) как неотъемлемой части устойчивого развития организации.

**Задачи дисциплины:**

- определение места и роли концепции КСО, принципов КСО;

- выявление форм поддержки и мотивации социальной активности бизнеса;

- ознакомление с международными и национальными стандартами КСО и социальной отчетности.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ОК-12; ОК-20; ПК-16.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

*-* основы генезиса концепции КСО;

- место и роль концепции КСО в системе стратегического управления компанией;

- основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления;

- принципы КСО, технологии и механизмы реализации политики социальной ответственности бизнеса;

- роль и место этики бизнеса в системе КСО;

- государственные законодательные формы поддержки и мотивации социальной активности бизнеса;

- международные и национальные стандарты КСО и социальной отчетности;

*уметь:*

**-** идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО;

- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;

- руководствоваться стратегическими критериями в выборе направлений корпоративных социальных инвестиций (программ) и оценки их эффективности;

- анализировать и синтезировать информацию о новых практиках в области КСО, превращать ее в знания, на основе которых генерировать новые управленческие решения;

- проводить социальный аудит;

*владеть:*

- профессиональным концептуальным и терминологическим аппаратом социальной политики бизнеса;

- навыками экспертной оценки и стратегического планирования в области КСО;

- навыками принятия управленческих решений в системе КСО с учетом ожиданий заинтересованных сторон организации и минимизации ее нефинансовых рисков;

- навыками разработки и реализации социальных и благотворительных проектов;

- методами формирования и поддержания этичного климата в организации;

- навыками к самостоятельному обучению в вопросах теории и практики КСО.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Инвестиционный анализ»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** изучение тео­ре­ти­че­ских ос­нов ана­ли­за ин­ве­сти­ций и рис­ков, а так­же ме­то­дов и прие­мов ко­ли­че­ст­вен­ной оцен­ки эф­фек­тив­но­сти инновационной деятельности и спо­со­бов ми­ни­ми­за­ции ин­ве­стицион­ных рис­ков.

**Задачи дисциплины:**

* получение системы знаний о законах, принципах и методах инновационной деятельности предприятия;
* изучение методологии оценки инвестиций, осуществляемых в форме инновационного проекта: состав и порядок применения принципов инвестиционного анализа, системы критериальных показателей оценки и выбора лучшего инвестиционного проекта, показателей инфляции;
* изучение методов оценки и управления инвестиционными рисками: идентификация и классификация рисков, выбор и применение адекватного метода оценки риска, экономическая интерпретация полученных результатов.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Инвестиционный анализ» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-12; ПК-40, ПК-43.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* теорию и практику организации анализа инвестиционного климата на различных уровнях (от государства – до фирмы);
* теорию функционирования рынка инноваций и основы выработки инновационных стратегий на разных уровнях: государство, регион, предприятие, управления инновационными проектами.
* знает способы оценки рыночной и инвестиционной стоимости бизнеса;
* воз­мож­ные ин­ве­сти­ци­он­ные стра­те­гии предприятия.
* основные принципы оценки экономической эффективности инвестиций.
* ме­то­ды и основные методические подходы к оцен­ке эф­фек­тив­но­сти ин­ве­сти­ций.
* клас­си­фи­ка­цию и ви­ды рис­ков.
* спо­со­бы оцен­ки сте­пе­ни рис­ка.

*уметь:*

* применять затратный, доходный, сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса.
* проводить анализ инновационных проектов;
* проводить оценку влияния производства инновационного продукта на финансово-экономические показатели предприятия.
* способен проводить оценку инвестиционных проектов, направленных на внедрение технологических инноваций, при различных условиях инвестирования и финансирования;

*владеть:*

* методами моделирования стоимости бизнеса;
* применением методологии оценки справедливой стоимости бизнеса;
* методами анализа основных инвестиционных показателей, включая основные методы, правил и приемов инвестиционного анализа, систем анализа различного уровня.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Безопасность жизнедеятельности»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование у студентов представления о неразрывном единстве профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека, целей представления об основах военной службы и медицинских знаний. Реализация этих целей гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека, готовит его к действиям в экстремальных ситуациях, а также позволяет целенаправленно подготовиться к выполнению военного долга и к успешному освоению программы начальной военной подготовки и основам медицинских знаний.  
**Задачи дисциплины:**

- приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых для создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека;

- идентификация негативных воздействий среды обитания естественного и антропогенного происхождения;

- разработка и реализация мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности;

- обеспечение устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях;

- прогнозирование развития и оценки последствий чрезвычайных ситуаций;

- принятия решения по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применение современных средств поражения, а также мер по ликвидации их последствий;

- освоение программы начальной военной подготовки в войсках и медицинских знаний.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-21.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

**-** основы физиологии труда и комфортные условия жизнедеятельности;

- классификацию негативных факторов среды обитания и их взаимодействия на человека;

- идентификацию опасностей технических систем и защиту от них;

- правовые нормативно-технические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;

- поражающие и вредные факторы в условиях чрезвычайных ситуаций;

- принципы обеспечения устойчивости объектов, экономики и оценки последствий при чрезвычайных ситуациях;

- методы защиты населения и проведение ликвидаций последствий в чрезвычайных ситуациях;

- средства обеспечения личной безопасности;

- основы медицинских знаний;

- основы военной службы и обороны государства;

*уметь:*

**-** проводить контроль параметров негативных воздействий;

- разрабатывать, организовать и внедрять мероприятия по защите производственного персонала и населения от негативных воздействий в чрезвычайных ситуациях и повышению экологичности и безопасности производственной среды;

- сохранять и укреплять здоровье юношей допризывного возраста;

*владеть:*

- применять средства защиты от негативных воздействий окружающей среды.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Экономика предприятия»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** приобретение студентами комплексных знаний о принципах и закономерностях функционирования фирмы как хозяйственной системы, о методах планирования и управления деятельностью фирмы в целях повышения ее эффективности.

**Задачи дисциплины:** изучение и освоение

* механизма управления и моделирования производственных и социально-экономических процессов;
* методов обеспечения динамической устойчивости производственных систем;
* методов управления ресурсным потенциалом фирмы;
* принципов организации производственного процесса;
* основами организации финансово-экономической деятельности фирмы;
* методов планирования и управления деятельностью фирмы;
* основами управления инновационной деятельностью фирмы;
* методов управления и оценки экономической эффективности инвестиционных проектов;
* основ анализа и оценки эффективности деятельности фирмы.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Экономика предприятия» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-22, ПК-26, ПК-30.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* нормативно-правовую базу, регулирующую финансово-хозяйственную деятельность фирмы;
* методы планирования деятельности фирмы и обоснования управленческих решений;
* методы оценки деятельности фирмы;
* опыт ведущих отечественных и зарубежных компаний в области планирования и управления деятельностью

*уметь:*

* вырабатывать управленческие решения, исходя из анализа различных вариантов, в целях повышения эффективности деятельности фирмы;
* формировать систему планов деятельности фирмы;
* осуществлять управление реализацией конкретного экономического проекта;
* проводить анализ финансовой отчетности и использовать полученные результаты в целях обоснования планов и управленческих решений;
* быть способным формировать систему показателей и использовать современные технологии сбора и обработки информации в целях оценки деятельности фирмы.

*владеть:*

* навыками сбора и обработки необходимых данных, необходимых для разработки планов и обоснования управленческих решений;
* методами планирования деятельности фирмы;
* методами обоснования управленческих решений и организации их выполнения;
* методами оценки деятельности фирмы;
* методами выявления резервов повышения эффективности деятельности фирмы.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Ценообразование»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование у будущего маркетолога теоретических знаний и практических навыков, необходимых для разработки и принятия эффективных управленческих решений в области ценообразования с учетом ситуации, сложившейся на рынке.   
**Задачи дисциплины:** усвоение

* концептуального видения, которое дает возможность студенту объединить ранее изученные проблемы в области установления цен;
* основныч подходов, способов и методов ценообразования в различных рыночных ситуациях;
* механизмов и методов управления ценой на рынках различных типов с учетом из отраслевой специфики;
* механизмов, методов и подходов к управлению ценообразованием;
* определения проблем реализации, планирования и организации стратегических решений в области ценовой политики;
* механизмов управления ценовой политикой предприятия на различных рынках (новая продукция, новые рынки, существующие рынки, существующие товары, дополнительные товары и тд.).

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Ценообразование» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-26, ПК-41.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* сущность понятия «ценообразование» в концепции маркетингового подхода управления предприятием;
* теоретические знания в области ценообразования в маркетинге;
* систему маркетинговых стратегических решений, принимаемых на различных уровнях управления фирмой в рамках ценовой политики;
* теоретические основы для разработки политики ценообразования,
* инструменты стратегического анализа и планирования цен,

*уметь:*

* определять приоритетные маркетинговые цели фирмы в области ценовой политики компании;
* разрабатывать альтернативные варианты достижения намеченных целей;
* обосновывать ценовую политику и стратегию организации
* формировать цены и устанавливать надбавки и скидки с учетом различных ценообразующих факторов;
* применять инструменты стратегического и тактического планирования и реализации ценовых решений;
* адаптировать методы и модели стратегического анализа ценообразования в практическую деятельность конкретной организации;  
    
  *владеть:*
* современным инструментарием стратегического планирования ценовой политики;
* современными инструментами определения цен и ценового сопровождения продаж в различных сферах деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Товароведение, экспертиза и стандартизация»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** изучение основ товароведения, экспертизы и стандартизации как коммерческой и нормотворческой деятельности.

**Задачи дисциплины:** овладения студентами широкого круга объектов товароведения и экспертизы, стандартов и их содержания, а также формирования у студентов умений и навыков работы по идентификации и оценке качества продукции; обучение работе с нормативными документами.

– изучение отечественного и зарубежного рынков стандартов;

– изучение теоретических и научных основ стандартизации;

– применение этих знаний в условиях, имитирующих профессиональную деятельность специалистов.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Товароведение, экспертиза и стандартизация» относится к Профессиональному циклу дисциплин, дисциплина по выбору.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-10; ПК-23.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* теоретические основы и методы товароведения;
* общие правила проведения экспертизы качества и количества товаров;

*уметь:*

* проводить изучение потребительских свойств и показателей качества товаров;
* применять отечественные и зарубежные стандарты при изучении качества товаров и материалов;

*владеть: навыками*

* применения этих знаний в условиях, имитирующих профессиональную деятельность.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Маркетинговые коммуникации»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных решений в области коммуникационной политики в процессе управления деятельностью организации в рыночных условиях.

**Задачи дисциплины:** овладение теоретическими и прикладными профессиональными знаниями и умениями, необходимыми для выбора направлений развития фирмы, разработка коммуникационного обеспечения бизнес-процессов средствами ATL и BTL-рекламы, разработки коммуникации как управляемого фактора маркетинга, позволяющего осуществлять эффективное управление деятельностью компании в соответствии с современными международными требованиями к данному виду.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-7, ПК-10.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* понятия и составляющие системы маркетинговых коммуникаций;
* основные направления рекламной деятельности и особенности их выбора;
* направления деятельности по связям с общественностью;
* организацию и этапы проведения личных продаж;
* основные направления деятельности по стимулированию сбыта;
* понятия и составляющие системы прямого маркетинга;
* способы и методы оценки деятельности в сфере маркетинговых коммуникаций;

*уметь*

* самостоятельно разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций для предприятия;
* оценивать эффективность мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций;
* планировать рекламную кампанию предприятия и оценивать ее эффективность;
* разрабатывать стратегию по связям с общественностью;
* организовывать личные продажи;
* планировать программу мероприятий по стимулированию сбыта;

*владеть навыками*

* навыками планирования рекламных кампаний предприятия и оценивать ее эффективность и разработки стратегии по связям с общественностью.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление маркетингом»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** Овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятие стратегических и тактических (оперативных) решений в рамках понимания управления маркетингом:

* как современной управленческой концепции;
* как управление важнейшей функцией предприятия;
* как управление спросом и активным формированием рынка для предприятия.

**Задачи дисциплины:** отработка знаний, умений и навыков принятия маркетинговых решений на стратегическом уровне управления компанией, управления на уровне отдельных рынков и товаров и инструментальном уровне;

отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля маркетинговой деятельности предприятия.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Управление маркетингом» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8,ПК-9, ПК-10, ПК-36, ПК-42, ПК-48, ПК-50.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* основные теоретические и методологические положения управления маркетингом предприятия;
* основные корпоративные и маркетинговые стратегии фирмы;

инструменты выбора стратегических решений.

* современные концепции маркетинга.

*уметь:*

* использовать современные технологии, методические приемы и процедуры для принятия маркетинговых решений,
* проводить анализ маркетинговых перспектив продукции и определять направления формирования инновационной продукции;
* участвовать в определении направлений исследования, разработки и последующем внедрении продуктовых инноваций;
* находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею, на основе продуктовых инноваций;
* проводить анализ показателей результативности мероприятий маркетинга;

*владеть:*

* методами экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых маркетинговых решений;
* способами разработки планов и осуществления контроля маркетинговой деятельности предприятия;
* инструментами маркетинга.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Поведение потребителей»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель курса - формирование системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Задачи курса:

- представление современной теории поведения потребителей и развитие умений ее практического использования в маркетинговой деятельности;

- развитие умений идентификации потребительских аспектов маркетинговых проблем и решения этих проблем на основе знания факторов и процессов потребительского поведения;

- развитие навыков анализа, прогнозирования, формирования и оценки поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору Профессионального цикла дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональной компетенции ПК-29, ПК-30.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей и маркетинговые решения;
* факторы внешнего влияния на поведение потребителей,
* внутренние факторы поведения потребителей
* основные этапы процесса принятия решения потребителями.

*уметь:*

* проводить анализ поведенческих аспектов целевых рынков;
* использовать знание основных факторов поведения потребителей для проведения сегментации рынков;
* использовать знание особенностей поведения потребителей для разработки мероприятий маркетинга.

*владеть:*

* методами выявления факторов поведения потребителей;
* способами выявления, анализа и использования информации о последовательности этапов принятия решений потребителями.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление качеством»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели дисциплины**: формирование системных знаний в области управления качеством продукции и умений комплексного использования этих знаний в разработке управленческих решений на железнодорожном транспорте.

Задачами курса являются представление современной теории управления качеством продукции и развитие умений ее практического использования в управленческой деятельности, а также развитие навыков оценки качества продукции транспорта, оценки экономической эффективности принятия управленческих решений в области повышения качества.

**Место дисциплины в структуре ООП**: дисциплина «Управление качеством» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины**:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-10, ПК-23; ПК-36.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

* эволюцию научных подходов к оценке качества;
* основные понятия квалиметрии;
* основные показатели качества промышленной продукции, методы их расчета;
* основные положения стандартизации, сертификации и лицензирования в промышленности и на транспорте;

*уметь:*

* осуществлять комплексную оценку качества промышленной продукции;
* оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды при управлении качеством на предприятии;

*владеть:*

* методами оценки экономической эффективности мероприятий по повышению качества основными приемами управления рисками инновационных проектов;
* методами оценки сопряженных эффектов при повышении качества.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Маркетинговые исследования»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:** Целью преподавания дисциплины является обучение студентов теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Задачи дисциплины:

* обеспечить понимание студентами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития;
* научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований:
* сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения внешней среды предприятия;

•научить студентов приемам изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон. реальных и потенциальных возможное гей. конкурентоспособности предприятия.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-27; ПК-29, ПК-30, ПК-42, ПК-48, ПК-50.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* специфику системы измерений в маркетинговых исследованиях,
* виды оценок и шкалы измерений, используемые в маркетинге,
* основные источники получения первичной и вторичной информации;
* знать специфику проведения различных направлений маркетинговых исследований.

*уметь:*

* использовать основные методы получения маркетинговой информации:
* владеть навыками тестирования рынков;
* выявлять проблемы, формировать цели, задачи и направления маркетинговых исследований

*владеть:*

* методами планирования процесса маркетинговых исследований,
* методами проведения маркетингового эксперимента.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление инновациями на железнодорожном транспорте»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:** изложение системы научных знаний, которая составляет теоретические и практические основы инновационного менеджмента, обеспечивает практику менеджмента научными рекомендациями, формирует менеджерские навыки, в том числе применительно к транспортной отрасли.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Управление инновациями на железнодорожном транспорте» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-9; ПК-20;ПК-21.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* знать научные основы организационно-управленческой деятельности;
* основные принципы и концепции, как в общей области менеджмента, так и в сфере инновационного менеджмента, быть способным научно подходить к пониманию общей сути управленческих, в том числе координационных, проблем, структур, функций и процессов,
* принципы организации анализа коммуникативных отношений и процессов принятия управленческих решений, формирования сети отношений с клиентами и т.д.
* - методы организации производства различного уровня серийности, владеет методами расчета выпуска в зависимости от набора технологического оборудования, в том числе транспортного;
* владеет информацией об организационно-правовых формах предприятий использующих инновационные технологии, законодательных требованиях к процессам организации производства, методах расчета экономической эффективности деятельности фирм;

владеет информацией о различных типах систем управления, их эффективности в зависимости от размера и характера производства, умеет использовать различные методы действующих систем управления с целью выявления узких мест и направлений их развития.

* знает закономерности текущего этапа экономического развития, способен анализировать его причины и следствия.

*уметь:*

* использовать основные методы инновационного менеджмента, в том числе применительно к специфике транспортной отрасли:
* проводить анализ маркетинговых перспектив продукции и определять направления формирования инновационной продукции;
* участвовать в определении направлений исследования, разработки и последующем внедрении технологических и продуктовых инноваций;
* проводить оценку инвестиционных проектов, направленных на получение технологических инноваций, при различных условиях инвестирования и финансирования;
* находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею, на основе технологических инноваций;
* проводить анализ показателей результативности инноваций и методов их формирования;

*владеть:*

* методами выявления перспективных направлений развития технологий, формирования рыночной привлекательности продуктов и оценки перспектив внедрения инновационной продукции;
* способами выявления, анализа и использования различной информации для принятия управленческих решений;
* информацией об организационно-правовых формах предприятий использующих инновационные технологии и законодательных требованиях к процессам организации производства;
* методами расчета экономической эффективности деятельности фирм;
* информацией о различных типах систем управления, иерархий этих систем, их эффективности в зависимости от размера и характера производства.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Международный маркетинг»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель курса - дать студентам базовые знания по маркетинговым аспектам внешнеэкономической деятельности как интегрирующей функции системы Международного менеджмента.

Задачи курса. Для успешного включения российских предприятий в мирохозяйственные связи и получения устойчивых положительных результатов от участия в международном разделении труда перед студентами ставится задача овладения знаниями, умением и навыками использования активных инструментов международного маркетинга в своей практической профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной по выбору Профессионального цикла дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-24 ; ПК-25.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* цели, задачи, объект и предмет изучения «международный маркетинг»,
* специфику маркетинговой деятельности на зарубежных рынках,
* функции маркетинга внешнеэкономической деятельности,
* виды и особенности конкурентной борьбы на международных рынках,
* существующие виды и типы маркетинга, ценовые и товарные стратегии, используемые в практике международного маркетинга;

*уметь:*

* ставить задачи управления маркетинговой деятельностью на внешних рынках, а также решать наиболее распространенные из них;
* разрабатывать комплекс мероприятий маркетинга во внешнеэкономической деятельности фирмы;

*владеть:*

* методами анализа зарубежных рынков;
* подходами в изучении национальных особенностей восприятия и спроса;
* методами оценки эффективности маркетинговых мероприятий применительно к внешнеэкономической деятельности.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление продажами»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** овладение теоретическими и прикладными профессиональными знаниями и умениями необходимыми для принятия эффективных управленческих решений в области продаж на основе формирования целостной системы знаний об управлении продажами как прикладной науке и виде управленческой деятельности. **Задачи дисциплины:**

* сформировать осознание значимости управления продажами для организаций любой сферы деятельности в условиях рынка;
* усвоение основных психологических техник продаж и ведения коммерческих переговоров;
* усвоение требований к личностному развитию менеджера, ведущего коммерческую деятельность.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Управление продажами» относится к Профессиональному циклу дисциплин, дисциплина по выбору.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-19, ПК-6; ПК-7.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* принципы организации работы отделов продаж;
* сущность операции продажи,
* психологические техники продаж;

*уметь*

* организовывать деятельность по реализации продукции организации конечным покупателям;
* оценивать конкурентоспособность результатов сбытовой деятельности;
* осуществлять выбор наиболее эффективных приемов при ведении переговоров и продажах;

*владеть навыками*

* подготовки к проведению эффективных продаж.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** овладение теоретическими и прикладными профессиональными знаниями и умениями, необходимыми для выбора направлений развития фирмы и разработки системы маркетинговых решений, способствующих более полному учету особенностей и специфики деятельности предприятия на различных рынках и сферах деятельности (в том числе на транспорте).

**Задачи дисциплины:** освоение

* особенностей маркетинга в сферах производства, обращения и оказания услуг;
* методики анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка в зависимости от сферы деятельности предприятия;
* особенностей комплекса маркетинга при работе на различных рынках, в том числе транспортном.

**Место дисциплины в структуре ООП:**  дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» относится к Профессиональному циклу дисциплин, дисциплина по выбору.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-26, ПК-52.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

* особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности;
* особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне;
* основы стратегического и оперативного планирования;
* эффективные маркетинговые стратегии фирмы при выходе на целевой рынок.

*уметь:*

* проводить маркетинговые исследования на различных рынках, на которых осуществляет свою деятельность фирма;
* осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности;
* эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы;
* выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках и различных сферах деятельности;
* осуществлять контроль, оценку и аудит маркетинга.

*владеть:*

* навыками сегментации рынка и позиционирования товара в сферах производства, обращения и оказания услуг;
* навыками организации служб маркетинга с учетом специфики отрасли, в том числе транспортной.

**программы ПРАКТИК (АННОТАЦИИ)**

**Аннотация**

**программы Технологической практики**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи практики:**

**Цели практики:** Целями технологической практики является формирование знания технологии процессов управления и деятельности организаций различных организационно-правовых форм, умения принять участие в реализации проектов и текущей деятельности организации и навыки командной работы по выполнению текущей операционной деятельности.

**Задачами технологической практики являются:**

- закрепление, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении таких дисциплин как «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Стратегический менеджмент», «Управление человеческими ресурсами», «Социология», «Культурология», «Этика делового общения», «Информатика», «Статистика» и других;

- приобретение опыта управленческой работы в коллективе;

- получение информационной базы и практических навыков для освоения последующих дисциплин учебного плана, таких как «Логистика», «Учет и анализ», Финансовый менеджмент», «Бизнес-планирование» и других.

**Место технологической практики в структуре ООП:**

Технологическая практика направлена на закрепление теоретических знаний, полученных студентами в период обучения на 1 и 2 курсах, путем изучения опыта работы организаций сферы общественного производства.

**Требования к результатам освоения технологической практики:**

Процесс прохождения технологической практики в соответствии с требованиями ФГОС ВПО 3-го поколения направлен на формирование следующих компетенций: ОК-7, ОК-10, ОК-12, ОК-19, ПК-8, ПК-22, ПК-35.

В результате прохождения технологической практики студент должен закрепить следующие знания, умения, навыки в соответствии с компетенциями:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Код и название  компетенции | Ожидаемые результаты |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | ОК-7  Готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе | Знать: особенности социальных процессов в коллективах, приемы управления конфликтами, методы создания корпоративной культуры |
| Уметь: строить взаимоотношения с коллегами в производственных коммуникациях |
| Владеть: навыками организации взаимодействия с коллегами или клиентами, находить способы решения |
| 2 | ОК-10  Стремление к личностному и профессиональному саморазвитию | Знать: специфику будущей профессии менеджера, , принципы самоменеджмента |
| Уметь: определять направления дальнейшего профессионального и личностного роста |
| Владеть: навыками саморазвития и самообразования, поиска необходимой информации, активно участвовать в образовательном процессе |
| 3 | ОК-12  Осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности | Знать: технологические особенности выбранного предприятия, рабочие принципы, принятые на предприятии прохождения практики |
| Уметь: ставить личные цели профессионального и личностного развития |
| Владеть навыками: анализа ситуации и самоконтроля |
| 4 | ОК-19  Способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации | Знать: правила осуществления документооборота организации, средства и формы передачи деловой информации |
| Уметь: строить деловую речь, вести переговоры с коллегами и клиентами лично и по телефону |
| Владеть навыками: формулировать цели выступления, изложения сути существа проблемы, ведения электронной переписки, составления деловых документов |
| 5 | ПК-8  Способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений | Знать: методы анализа ситуации, приемы принятия организационно-управленических решений |
| Уметь: подобрать соответствующую ситуации линию поведения |
| Владеть навыками: пояснять причины и возможные результаты собственных действий |
| 6 | ПК-22  Знание современных концепций организации операционной деятельности и готовность к их применению | Знать: технологии информационного и документального обеспечения деятельности организации, технологию взаимодействия с подразделениями организации и\или клиентами и продажи продуктов организации, особенности операционного процесса организации |
| Уметь: оформлять необходимую организационную документацию, выбирать способы ведения диалога с коллегами или клиентами |
| Владеть: разработать со средствами управления организационной информацией |
| 7 | ПК-35  Умение моделировать бизнес-процессы и знакомство с методами реорганизации бизнес-процессов | Знать: пределы допустимых значений основных организационных переменных, последовательность операций организационного процесса |
| Уметь: выявлять нестандартные ситуации, требующие вмешательства руководства, формулировать предложения по совершенствованию технологических управленческих операций |
| Владеть: навыками постановки целей операционной деятельности |

**Аннотация**

**программы Производственной практики**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи практики:**

**Цели практики:** Целями производственной практики является формирование знания экономико-управленческих аспектов процессов управления и деятельности организаций различных организационно-правовых форм, умения принять участие в реализации стратегии и текущей деятельности организации, навыки экономической оценки текущей деятельности организации, выработка и развитие навыков самостоятельного решения отдельных вопросов при разработке планов и проведении экономического анализа производственно-финансовой и маркетинговой деятельности предприятий в условиях рынка.

**Задачами производственной практики являются:**

- закрепление, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении таких дисциплин как «Стратегический менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг», «Инвестиционный анализ», «Логистика», «Методы принятия управленческих решений», а также профессиональных дисциплин вариативной части;

- приобретение опыта управленческой работы в коллективе;

- получение информационной базы и практических навыков для освоения последующих дисциплин учебного плана, таких как «Корпоративная социальная ответственность», «Управление изменениями», профильных дисциплин.

**Место производственной практики в структуре ООП:**  Во время производственно-профессиональной практики студент самостоятельно определяет область своей будущей деятельности, осуществляет подбор необходимой исходной информации для выполнения научно-исследовательской работы.

**Требования к результатам производственной практики:**

Процесс прохождения производственной практики в соответствии с требованиями ФГОС ВПО 3-го поколения направлен на формирование у обучающегося следующего состава компетенций: ОК-7, ОК-10, ОК-12, ОК-19, ПК-26, ПК-30, ПК-50.

В результате прохождения производственной практики студент должен закрепить следующие знания, умения, навыки в соответствии с компетенциями:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Код и название  компетенции | Ожидаемые результаты |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | ОК-7  Готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе | Знать: особенности социальных процессов в коллективах, приемы управления конфликтами, методы создания корпоративной культуры |
| Уметь: строить взаимоотношения с коллегами в производственных коммуникациях |
| Владеть: навыками организации взаимодействия с коллегами или клиентами, находить способы решения |
| 2 | ОК-10  Стремление к личностному и профессиональному саморазвитию | Знать: специфику будущей профессии менеджера, , принципы самоменеджмента |
| Уметь: определять направления дальнейшего профессионального и личностного роста |
| Владеть: навыками саморазвития и самообразования, поиска необходимой информации, активно участвовать в образовательном процессе |
| 3 | ОК-12  осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности | Знать: технологические особенности выбранного предприятия, рабочие принципы, принятые на предприятии прохождения практики |
| Уметь: ставить личные цели профессионального и личностного развития |
| Владеть навыками: анализа ситуации и самоконтроля |
| 4 | ОК-19  Способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации | Знать: правила осуществления документооборота организации, средства и формы передачи деловой информации |
| Уметь: строить деловую речь, вести переговоры с коллегами и клиентами лично и по телефону |
| Владеть навыками: формулировать цели выступления, изложения сути существа проблемы, ведения электронной переписки, составления деловых документов |
| 5 | ПК-26  Способность к экономическому образу мышления | Знать: состав статистической экономической и финансовой информации организации, необходимый для обоснования принимаемых решений, методы анализа соответствующей информации |
| Уметь: оценивать экономические результаты деятельности организации и целесообразность соответствующих управленческих решений |
| Владеть навыками: описания экономических результатов работы организации и управленческих решений, отыскивать причины неудовлетворительных результатов деятельности. обосновывать экономическую целесообразность принимаемых решений |
| 6 | ПК-30  знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли | Знать: методы анализа рынков, инструменты экономического обоснования решений на базе знания конъюнктуры |
| Уметь: выделять наиболее экономически значимые тенденции и явления на отраслевых рынках |
| Владеть: обобщения полученных результатов экономического анализа рынков и предприятия |
| 7 | ПК-50  способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности | Знать: методы воздействия и управления |
| Уметь: выбирать рычаги экономического и психологического влияния на людей |
| Владеть: навыками интерпретации экономических и социальных особенностей ситуации |

**Литература к ООП**

1. Данько Т.П. Управление маркетингом. Учебник. Изд-во 3-е. – М.: ИНФРА-М, 2009.- 363 с.
2. Голубков Е. П. Основы маркетинга: Учебник. –изд. 3-е, перер..- М.: Финпресс, 2008. – 704 с.
3. Романов А.А. Басенко В.П. Жуков Б.М. Маркетинг. – М: "Дашков и К", 2012. – 440 с.
4. Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник / Б. А. Соловьев ; Институт экономики и финансов "Синергия". - М. : Инфра-М, 2008. – 382 с.
5. Ким С.А. Маркетинг. – М: "Дашков и К", 2011. – 260 с.
6. [Котлер Ф.](http://www.moscowbooks.ru/catalog/author.asp?name=%CA%EE%F2%EB%E5%F0+%D4%2E), [Армстронг Г.](http://www.moscowbooks.ru/catalog/author.asp?name=%C0%F0%EC%F1%F2%F0%EE%ED%E3+%C3%2E), [Вонг В.](http://www.moscowbooks.ru/catalog/author.asp?name=%C2%EE%ED%E3+%C2%2E) Основы маркетинга, 5-е европейское издание. – М. : [Вильямс](http://www.moscowbooks.ru/catalog/publish.asp?id=++++BE+++), 2012.- 752 с.
7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
8. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 4-е. изд. – СПб.: Питер, 2007.- 544 с.
9. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010 г. – 576 с.
10. Капон Н., Колчанов В., Махалберт Дж. Управление маркетингом.
11. Учебник для вузов. Спб.:Питер, 2010. – 832
12. Соловьев Б.А. Маркетинг. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2009. – 383 с.
13. Авдокушин Е.Ф.Маркетинг в международном бизнесе: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. – 328 с.
14. Барсукова С.В. Международный маркетинг (материалы к лекциям): Учебное пособие. М.:Финансовая академия при правительстве РФ, 2007. – 248 с.
15. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2009. – 412 с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2010. – 736 с.
17. Международные экономические отношения: Учебник для вузов / В.Е.Рыбалкин, Ю.А.Щербанин, Л.В.Балдин и др.; Под ред. проф. В.Е.Рыбалкина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 503 с.
18. Международный маркетинг: учеб. Пособие для вузов /Под ред. Г.А.Васильева, Л.А.Ибрагимовой. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2010. – 199с.
19. Моисеева Н.К. Международный маркетинг: Учебное пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 2008.
20. Назаренко В.М., Назаренко К.С. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2009 - 512 с.
21. Плужников К.И. Транспортное экспедирование: Учеб. – М.: Рос-Консульт, 2007. – 576 с.
22. Черенков В.И. Международный маркетинг: учебное пособие. – СПб.:ИВЭСЭП, Знание, 2009. – 848 с.
23. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. М., Дело, 2010.
24. Ансофф И. Стратегическое управление, М. Экономка, 2010 г.
25. Белорусов А.С., Международный менеджмент, М., Юрист, 2007.
26. Вайсман А., Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху, М. Интерэксперт-Экономика, 2007.
27. Голубков Е., Маркетинг: стратегии, планы, структуры, М.,Дело,2010г.
28. **Журналы:** «Маркетинг в России и за рубежом», «Новости маркетинга»

**Разработчики ООП**

Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)

Институт экономики и финансов

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»:

д.э.н., профессор Галабурда В.Г.,

к.т.н., доцент Иванова Е.А.