ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ   
УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»

(МИИТ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО | УТВЕРЖДАЮ: | УТВЕРЖДАЮ: |
| Директор Института экономики и финансов | Проректор по учебно-методической работе |  |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.П. Чуприков | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.И. Апатцев |  |
| «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. | «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. |  |

Кафедра«Экономика и управление на транспорте»

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

***Направление*: 080200 «Менеджмент»**

***Профиль*: «Маркетинг и управление цепями поставок»**

***Квалификация выпускника*: магистр**

***Форма обучения*: очная**

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрена на заседании  Учебно-методической комиссии института  Протокол № \_\_\_\_\_\_\_\_  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.  Председатель УМК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.Ф. Кочнева | Одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление на транспорте»  Протокол №\_\_\_\_\_\_\_  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.  Зав. кафедрой  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.П. Терёшина |

Москва 2013 г.

|  |
| --- |
| **ПРОФИЛЬ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ!**  Железнодорожный транспорт находится в процессе завершения структурной реформы. Меняются методы и структуры управления отраслью, растет число работающих на рынке компаний, увеличивается их клиентоориентированность. В этих условиях возрастает спрос на работников, владеющих современными методами маркетинга и логистики, умеющих применять на практике полученные знания и навыки. |
| Обучение по магистерской программе «Маркетинг и управление цепями поставок» позволяет получить фундаментальные знания в области управления экономическими процессами на транспорте, современного состояния отрасли, методов анализа рынка, формирования спроса и стимулирования сбыта на транспортные услуги, развития методов транспортной логистики, на основе которых можно планировать свое дальнейшее развитие в любом направлении: МВА, аспирантура, докторантура. Сбалансированный набор учебных курсов, включающий традиционные экономические дисциплины и новые актуальные в настоящее время курсы, квалифицированный преподавательский состав, 80-летний опыт подготовки специалистов по родственной специальности, солидная материально-техническая база, инновационные подходы к обучению – вот лишь некоторые аргументы в пользу выбора именно этой магистерской программы. |
| Обучение по магистерской программе «Маркетинг и управление цепями поставок» дает возможность заниматься анализом возможностей решения глобальных проблем экономики и управления транспортной отраслью, анализа транспортного рынка, оптимизации работы фирмы на транспортном рынке. |
| Трудоустройство магистров – высококвалифицированные исследователи, преподаватели в области маркетинга и управления цепями поставок, аналитики в отделах федеральных, региональных и муниципальных органов, занимающихся вопросами транспортной политики, взаимодействия видов транспорта, выработки транспортной стратегии России, ведущие специалисты в отделах маркетинга и логистики отделах организаций – операторов, экспедиторов и перевозчиков. |
| **Обучение по магистерской программе «Маркетинг и управление цепями поставок» возможно с применением эффективно реализуемых в ИЭФ МИИТ технологий дистанционного интерактивного образования.** |

**СОДЕРЖАНИЕ**

[1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 5](#_Toc347338121)

[1.1. Характеристика основной образовательной программы 5](#_Toc347338122)

[1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы. 5](#_Toc347338123)

[1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования 6](#_Toc347338124)

[1.4. Требования к абитуриенту. 7](#_Toc347338125)

[2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» 7](#_Toc347338126)

[2.1. Область профессиональной деятельности выпускника 7](#_Toc347338127)

[2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника 7](#_Toc347338128)

[2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника 7](#_Toc347338129)

[2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника 8](#_Toc347338130)

[3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО 9](#_Toc347338131)

[4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП ВПО МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК») 13](#_Toc347338132)

[4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению 13](#_Toc347338133)

[4.2. Информационное обеспечение магистерской программы по направлению 080200 «Менеджмент». 14](#_Toc347338134)

[4.3. Общие требования к организации образовательного процесса 18](#_Toc347338135)

[4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса 20](#_Toc347338136)

[5. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН 23](#_Toc347338137)

[6. АННОТАЦИИ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЯ 26](#_Toc347338138)

[6.1. Аннотация примерной программы дисциплины «Современные концепции маркетинга» 26](#_Toc347338139)

[6.2. Аннотация примерной программы дисциплины «Математические модели в теории управления» 28](#_Toc347338140)

[6.3. Аннотация примерной программы дисциплины «Иностранный язык (профессиональный)» 29](#_Toc347338141)

[6.4. Аннотация примерной программы дисциплины «Деловые переговоры и деловая переписка на иностранном языке» 31](#_Toc347338142)

[6.5. Аннотация примерной программы дисциплины «Управленческая экономика» 32](#_Toc347338143)

[6.6. Аннотация примерной программы дисциплины «Методы исследований в менеджменте» 34](#_Toc347338144)

[6.7. Аннотация примерной программы дисциплины «Современный стратегический анализ» 36](#_Toc347338145)

[6.8. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративные финансы» 38](#_Toc347338146)

[6.9. Аннотация примерной программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение» 40](#_Toc347338147)

[6.10. Аннотация примерной программы дисциплины «Информационные ресурсы в менеджменте» 41](#_Toc347338148)

[6.11. Аннотация примерной программы дисциплины «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» 43](#_Toc347338149)

[6.12. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление инновациями» 44](#_Toc347338150)

[6.13. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг на транспорте» 46](#_Toc347338151)

[6.14. Аннотация примерной программы дисциплины «Транспортно-распределительные логистические системы» 47](#_Toc347338152)

[6.15. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление качеством транспортного обслуживания» 48](#_Toc347338153)

[6.16. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление продажами» 50](#_Toc347338154)

[6.17. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинговые исследования» 51](#_Toc347338155)

[6.18. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление цепями поставок» 53](#_Toc347338156)

[6.19. Аннотация примерной программы дисциплины «Логистические основы управления транспортной системой» 55](#_Toc347338157)

[6.20. Аннотация примерной программы дисциплины «Финансовый менеджмент» 56](#_Toc347338158)

[6.21. Аннотация примерной программы дисциплины «Поведение потребителей» 58](#_Toc347338159)

[6.22. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте» 59](#_Toc347338160)

[6.23. Аннотация примерной программы дисциплины «Система сбалансированных показателей» 60](#_Toc347338161)

[6.24. Аннотация примерной программы дисциплины «Глобальная (международная) логистика» 62](#_Toc347338162)

[6.25. Аннотация примерной программы дисциплины «Транспортная логистика» 64](#_Toc347338163)

[6.26. Аннотация примерной программы дисциплины «Стратегический менеджмент» 65](#_Toc347338164)

# 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

## 1.1. Характеристика основной образовательной программы

Основная образовательная программа высшего профессионального образования магистратуры, реализуемая вузом по направлению 080200 «Менеджмент» и магистерской программе подготовки «Маркетинг и управление цепями поставок» (далее – ООП ВПО), представляет собой системудокументов, разработанную и утвержденную в ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения» (МИИТ) с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 080200 «Менеджмент», а также с учетом рекомендованной профильным учебно-методическим объединением (УМО ГОУ ВПО ГУУ) примерной основной образовательной программы, утвержденной Председателем Совета УМО, Ректором ГОУ ВПО ГУУ А.М. Лялиным 15 декабря 2010 года.

## 1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы.

Нормативно-правовую базу разработки ООП ВПО составляют:

Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 года №3266-1) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 года №125-ФЗ);

Федеральные законы Российской Федерации: «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта» (от 1 декабря 2007 года № 309-ФЗ) и «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)» (от 24 декабря 2007 года № 232-ФЗ).

Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года № 71 (далее – Типовое положение о вузе);

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки «Менеджмент» высшего профессионального образования (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 636.

Примерная основная образовательная программа высшего профессионального образования (ПрООП ВПО) по направлению подготовки, утвержденная Председателем Совета УМО, Ректором ГОУ ВПО ГУУ А.М. Лялиным 15 декабря 2010 года (носит рекомендательный характер);

Устав ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения».

## 1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования

***1.3.1. Социальная роль, цели и задачи ООП ВПО по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и магистерской программе подготовки «Маркетинг и управление цепями поставок»***

ООП ВПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: общие положения, требования к выпускнику, примерный учебный план, аннотации рабочих программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

ООП магистратуры по направлению «Менеджмент» предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки магистров.

Социальная роль ООП ВПО заключается в подготовке магистров менеджмента, способных осуществлять эффективную деятельность на позициях экономических работников и руководителей предприятий и организаций транспорта и других отраслей экономики.

***1.3.2. Срок освоения ООП ВПО:***

Срок освоения ООП ВПО в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению - 2 года.

***1.3.3. Трудоемкость ООП ВПО:***

Трудоемкость освоения студентом ООП в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению 120 зачетных единиц, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

## 1.4. Требования к абитуриенту.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем образовании (бакалавриат /специалитет). Конкурсный отбор осуществляется на основе вступительных экзаменов или тестирования по маркетингу и теории менеджмента, позволяющих оценить, обладает ли поступающий компетенциями бакалавра менеджмента согласно ФГОС третьего поколения. Предпочтительными для поступления являются следующие направления подготовки бакалавров: экономика, менеджмент, торговое дело. Прием документов и вступительных испытаний проводятся в общие сроки поступления абитуриентов в образовательные учреждения высшего профессионального образования.

# 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ»

## 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности магистров включает:

* организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
* органы государственного и муниципального управления;
* структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
* научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем;
* учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

## 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

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

## 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

организационно-управленческая;

аналитическая;

научно-исследовательская;

педагогическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится магистр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

## 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг и управление цепями поставок» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

* управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
* разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений.

аналитическая:

* поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
* анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
* анализ и моделирование процессов управления.

научно-исследовательская:

* выявление и формулирование актуальных научных проблем;
* разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
* разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
* разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
* поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
* подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

педагогическая:

* преподавание управленческих дисциплин;
* разработка образовательных программ и учебно-методических материалов.

# 3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО

Результаты освоения ООП ВПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностями применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Полный состав обязательных (общекультурных, профессиональных и иных) компетенций выпускника (с краткой характеристикой каждой из них) как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения данной ООП ВПО представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Компетенции выпускника

ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения»

как совокупный ожидаемый результат образования

по завершении освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент», по магистерской программе «Маркетинг и управление цепями поставок»

| Коды  компетенций | Название компетенции |
| --- | --- |
| **ОК** | **ВЫПУСКНИК ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ СЛЕДУЮЩИМИ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ:** |
| ОК-1 | способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования |
| ОК-2 | способностью к изменению профиля своей профессиональной деятельности |
| ОК-3 | способностью самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения |
| ОК-4 | способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия |
| ОК-5 | свободным владением иностранным языком как средством профессионального общения |
| ОК-6 | обладает навыками публичных деловых и научных коммуникаций |
| **ПК** | **ВЫПУСКНИК ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ СЛЕДУЮЩИМИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ** |
|  | организационно-управленческая: |
| ПК – 1 | способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями |
| ПК – 2 | способностью разрабатывать корпоративную стратегию |
| ПК – 3 | умением использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач |
| ПК – 4 | способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию |
|  | аналитическая: |
| ПК – 5 | способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами |
| ПК – 6 | владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде |
| ПК – 7 | владением методами стратегического анализа |
| ПК – 8 | способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности |
|  | научно-исследовательская: |
| ПК – 9 | способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы |
| ПК – 10 | способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования |
| ПК – 11 | способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой |
| ПК – 12 | способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада |
|  | педагогическая: |
| ПК – 13 | способностью применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин |
| ПК – 14 | способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин |

С целью овладения профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профиля должен:

**Знать:**

* основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента;
* модели поведения экономических агентов и рынков;
* основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;
* современные теории корпоративных финансов;
* основные элементы процесса стратегического управления;
* альтернативы стратегий развития современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации;
* основные информационные технологии управления бизнес- процессами;
* характер работы предприятия;
* принципы и особенности организации производства на современном этапе развития;
* организационно-управленческую модель структуры предприятия;
* особенности и направления совершенствования структуры управления в современных условиях хозяйствования;
* использование техники новых поколений и передовой технологии на предприятии;
* экономико-правовые взаимоотношения данного предприятия с другими предприятиями;
* стандартизацию и управление качеством продукции;
* порядок разработки плана маркетинга, исходные данные для его расчета;
* анализ конъюнктуры регионального транспортного рынка;
* показатели объема и качества работы предприятия, их структуру и динамику;
* затраты на производство продукции предприятия, их структуру, методику определения;
* планирование эксплуатационных расходов, себестоимости продукции;
* методику определения эффективности инвестиций;
* анализ безубыточности деятельности предприятия;
* формирование, распределение и использование прибыли;
* внедрение ресурсосберегающих и информационных технологий;
* ценовую политику и транспортные тарифы;
* факторы, влияющие на формирование цен на товары, тарифов на перевозки и услуги;
* порядок проведения маркетинговых исследований;
* степень участия железных дорог в региональных транспортных рынках (работа маркетинговых структур, взаимосвязь с грузовладельцами и т.д.);
* количественные и качественные характеристики потенциальных потребителей продукции и конкурентов;
* действующие приказы, инструкции, нормативно-справочную информацию, формы отчетности, последовательность и сроки их разработки;
* учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия;
* качество товаров: свойства, показатели, классификация;
* управление качеством продукции на предприятии;
* стандартизацию качества продукции;
* договорную работу с поставщиками и посредниками;
* планирование и организацию снабжения и сбыта;
* ценовую политику предприятия;
* управление запасами на предприятии;
* конкурентные стратегии маркетинга;
* конкурентные преимущества предприятия;
* сегментацию рынка, выбор целевых сегментов;
* позиционирование товара;
* товарную политику предприятия в комплексе маркетинга;
* федеральные законы РФ, регулирующие производственную и маркетинговую деятельность предприятия;
* виды, источники и методы сбора маркетинговой информации на предприятии;
* содержание отчета о проведении маркетингового исследования;
* взаимодействие предприятия со специализированными организациями в области маркетинговых исследований;
* методы анализа маркетинговой информации;
* систему разработки плана маркетинговых мероприятий по привлечению дополнительных объемов перевозок и других видов транспортных услуг;
* организацию и управление рекламной деятельностью на предприятии.

**Уметь:**

* управлять развитием организации осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;
* выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;
* обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
* проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;
* проводить маркетинговых исследований на предприятии;
* определять тенденции развития спроса, разрабатывать стратегии и тактики рыночного поведения транспортного предприятия;
* применять методы выявления и формирования новых потребностей, оценивать эффективность их удовлетворения;
* оценивать эффективность маркетинговых мероприятий на транспорте;
* оценивать эффективность рекламных кампаний;
* формировать спрос на перевозки;
* изучать транспортный рынок и анализировать конкурентов;
* применять систему управления качеством продукции на предприятии;
* рассчитывать скидки к тарифу;
* применять методику сегментации транспортного рынка;
* использовать систему договорных отношений с клиентурой;
* разрабатывать экономические прогнозы в маркетинговой деятельности.

**Владеть:**

* методологией и методикой проведения научных исследований;
* навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
* навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
* методикой построения организационно-управленческих моделей;
* информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;
* активными методами преподавания управленческих дисциплин.

# 4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП ВПО МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК»)

## 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация направления предполагает наличие минимально необходимого для реализации магистерской программы перечня материально-технического обеспечения:

* лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет),
* помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью),
* компьютерные классы.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в Интернет должна быть не менее 200 часов в год на одного студента.

## 4.2. Информационное обеспечение магистерской программы по направлению 080200 «Менеджмент».

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

**Базовые учебники:**

1. Транспортный маркетинг: учебник /Галабурда В.Г., Бубнова Г.В., Иванова Е.А. и др./ Под ред. В.Г. Галабурды – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 452 с.
2. Экономика железнодорожного транспорта: учебник/ Н.П. Терешина, В.Г. Галабурда, В.А. Токарев и др.; Под ред. Н.П. Терешиной, Б.М. Лапидуса. – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 676 с.
3. Терешина Н.П., Сорокина А.В. Эффективность корпоративного управления на железнодорожном транспорте: Учебное пособие для студентов вузов железнодорожного транспорта. – М.: МИИТ, 2009. – 206 с.
4. Стратегическое развитие железнодорожного транспорта в России/ Б.М. Лапидус, Д.А. Мачерет, Ю.В. Елизарьев, Ф.С. Пехтерев, В.А. Максимушкин / Под ред. Б.М. Лапидуса. – М.: МЦЭФР, 2008. – 304 с. (Приложение к журналу «Экономика железных дорог», 2008).
5. Управление маркетингом. Учебник. Изд-е 2-ое./ Данько Т.П. - М.: ИНФРА-М, 2009.
6. Маркетинг. Учебник / Соловьев Б.А. - М.: Инфра -М, 2009
7. Стратегическое планирование в компаниях. Курс лекций / Сорокина А.В. - М.:МИИТ, 2011
8. Бизнес-стратегии: управление в условия кризиса. Учебное пособие. / Сорокина А.В., Шобанов А.В. - М.:МИИТ, 2011
9. Стратегический менеджмент. Классическое издание. / Ансофф И. - Спб.: Питер, 2009.
10. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика. -2-е изд. / Шкардун В.Д. - М.: Дело, 2007. - 376с.
11. Логистика. Полный курс MBA / Дыбская В.В., Зайцев Е.И. - М.: Издательство: Эксмо, 2008
12. Основы таможенной логистики: Учебное пособие / Самолаев Ю.Н. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008
13. Деловая игра «Логистическое управление транспортом в процессе доставки товаров»: Методические указания к проведению игры. / Карпычева М.В. - М.: МИИТ, 2011. Учебный портал ИЭФ МИИТ: http://www.htbs-miit.ru:9999
14. Логистика: учебник для вузов. 10-е изд., перераб. и доп. / Гаджинский А.М - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006
15. Управление логистикой: учебное пособие. / Голиков Е.А. - М.: Высшая школа, 2009
16. Поведение потребителей / Лыгина Н.И., Макарова Т.Н. - М.: Форум-ИНФРА.М, 2005
17. Демонополизация, дерегулирование и конкурентоспособность железнодорожного транспорта России / Н.П. Терешина - Москва, МИИТ, 2010
18. Экономическая оценка капитализации транспортной компании / Подсорин В.А. - Москва, МИИТ, 2007
19. История экономики транспорта: Учебное пособие. / Терёшина Н.П., Флягина Т.А. - М.: МИИТ, 2011
20. Менеджмент на транспорте: Учебн. пособие для студ. Вузов / Под ред. Громова Н.Н., Персианова В.А. – М.: Изд. Центр «Академия», 2006. – 528 с.
21. Механизм реализации эффективной стратегии компании с помощью сбалансированной системы показателей / Сорокина А.В. - М.: МИИТ, 2011
22. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д.Нортон, Р.Каплан - Олимп-Бизнес: Олимп-Бизнес, 2010
23. Внедрение сбалансированной системы показателей. Пер с нем. - 3 -е изд / Partners & Horvath - М: Альпина Бизнес Букс, 2008
24. Курс экономической теории. Учебник / Под. ред. М.Н. Чепурина и Е.А. Киселевой - Киров: АСА, 2011
25. Микроэкономика / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов - М.: Омега-Л, 2010
26. Принципы анализа в управленческой экономике / А.В. Шобанов, М.Ю. Елизарьев - М.: МИИТ, 2011
27. Теория организации: учебник – 3-е изд., перераб. И доп. / Т.Ю. Иванова, В.И. Приходько – М.: КИНОРУС, 2010.– 432 с.
28. Методология научного исследования / Новиков А.М. - М.: Либроком, 2010
29. Исследование систем управления. 2-ое изд. / Игнатьева А. В., Максимцов М.М. - М.: Юнити–Дана, 2008
30. Место прикладных исследований в менеджменте: учебное пособие / Лысов О.Е. - Спб: ГУАП, 2006
31. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебное пособие / Ядов В.А. - М.: Омега-Л, 2009
32. Социология управления: фундаментальный курс: учебное пособие. / Кравченко А.И. - М.: Академич. проект, Деловая книга, 2008.
33. Маркетинговые исследования рынка (Учебник) О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина М. : "Форум-ИНФРА-М", 2005.-192 с
34. Н.Г. Каменева, В.А. Поляков Маркетинговые исследования (для вузов) .- М. : Вузовский учебник, 2006.- 430 с
35. Исследование систем управления (транспортная отрасль). / Покровский А.К. - М.: Кнорус, 2010.
36. Информационные системы в экономике. / Серия: Библиотека Гуманитарного университета - СПбГУП, 2008
37. WEB-технологии интернета. HTML Учеб. пособие для студ. информационных специальностей ИУИТ / Грибанов Д.В.; Котляровский В. Н.; Нагинаев В.Н. - М.: МИИТ, 2004

**Нормативные документы:**

1. Гражданский кодекс РФ
2. Налоговый Кодекс РФ.
3. Трудовой кодекс РФ.
4. Сборник ПБУ.
5. Федеральный закон №208 –ФЗ от 26 декабря 1995 года «Об акционерных обществах» в редакции Федерального закона от 7.09.2001 г. №120-ФЗ.
6. Федеральный закон «О производственных кооперативах» № 41-ФЗ от 8.05.96 г.
7. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» №14-ФЗ от 8.02. 98 г.
8. Закон « Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39 – ФЗ.
9. Закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» № 160 – ФЗ
10. Закон города Москвы «Об инновационной деятельности в городе Москве» от 7 июля 2004 года №45.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла – за последние 5 лет).

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, включающего следующий перечень наименований отечественных и зарубежных журналов:

1. Управление каналами дистрибуции
2. Управление корпоративными финансами
3. Управление персоналом
4. Управление продажами
5. Управление проектами
6. Управление развитием персонала
7. Управление риском
8. Управленческий учет и финансы
9. Маркетинг
10. Маркетинг в России и за рубежом
11. Маркетинг и маркетинговые исследования
12. Логистика
13. Логистика и экспедирование
14. Логистика и управление цепями поставок
15. Бизнес-образование
16. Бухгалтерский учет
17. Вопросы экономики
18. Деньги и кредит
19. Железнодорожный транспорт
20. Менеджмент качества
21. Мир транспорта
22. Проблемы теории и практики управления
23. Реклама. Теория и практика
24. Российский журнал менеджмента
25. Российское предпринимательство
26. Секрет фирмы
27. Стандарты и качество
28. Финансовый менеджмент
29. Финансы
30. Финансы и бизнес
31. ЭКО (экономика и организация промышленного производства)
32. Экономика железных дорог
33. Эксперт
34. Harvard Business Review (на русском языке)
35. Academy of Management Journal
36. Accounting, Organizations and Society
37. Information Systems Research
38. Resource Management
39. Journal of Accounting and Economics
40. Journal of Business Venturing
41. Journal of Consumer Research
42. Journal of Financial Economics
43. Journal of Marketing
44. Journal of Marketing Research
45. Journal of Operations Management
46. Journal of Small Business

Необходимо обеспечить доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам «Консультант Плюс», «Гарант», «Экономика. Социология. Менеджмент. Образовательный портал», «Российский ресурсный центр учебных кейсов».

## 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Условия проведения занятий по предметам направления подготовки:

1. Образовательные учреждения самостоятельно разрабатывают и утверждают ООП магистратуры, которая включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы практик и научно-исследовательской работы, итоговой государственной аттестации, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии. Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.
2. При разработке магистерской программы должны быть определены возможности вуза в развитии общекультурных компетенций выпускников (например, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера). Вуз обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для социализации личности.
3. Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Одной из основных активных форм обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистр (научно-исследовательской, научно-педагогической, проектной, опытно­-конструкторской, технологической, исполнительской, творческой), для ООП магистратуры является семинар, продолжающийся на регулярной основе не менее двух семестров, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты-практики, и являющийся основой корректировки индивидуальных учебных планов магистра. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50 процентов аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 30 процентов аудиторных занятий.
4. В программы базовых дисциплин профессионального цикла должны быть включены задания, способствующие развитию компетенций профессиональной деятельности к которой готовится выпускник, в объеме, позволяющем сформировать соответствующие общекультурные и профессиональные компетенции.
5. Магистерская программа высшего учебного заведения должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 30 процентов вариативной части обучения. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет вуза.

## 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу.**

1. Реализация основной образовательной программы магистратуры должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью.

2. К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла должны быть привлечены не менее 20 процентов преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений. Не менее 80 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу и научно- исследовательскому семинару, должны иметь российские или зарубежные ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук (в том числе иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) или ученое звание профессора должны иметь не менее 12 процентов преподавателей.

3. При реализации магистерских программ, ориентированных на подготовку научных и научно-педагогических кадров, не менее 75 процентов преподавателей, обеспечивающих учебный процесс, должны иметь ученые степени кандидата, доктора наук (в том числе иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и ученые звания.

4. Общее руководство научным содержанием и образовательной частью магистерской программы должно осуществляться штатным научно-педагогическим работником вуза, имеющим ученую степень доктора наук или иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности, и (или) ученое звание профессора соответствующего профиля, стаж работы в образовательных учреждениях высшего профессионального образования не менее трех лет.

***4.5 Учебная и производственная практики***

**Научно-исследовательская работа** является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и ООП вуза. Предусмотрены следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы: планирование научно-исследовательской работы; ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области; выбор темы исследования; написание реферата по избранной теме; проведение научно-исследовательской работы; корректировка плана проведения научно-исследовательской работы; составление отчета о научно-исследовательской работе; публичная защита выполненной работы.

Основной формой планирования и корректировки индивидуальных планов научно-исследовательской работы обучаемых является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках научно-исследовательского семинара. В процессе выполнения научно-исследовательской работы и в ходе защиты ее результатов должно проводиться широкое обсуждение в учебных структурах вуза с привлечением работодателей и ведущих исследователей, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций магистрантов. В результате выполнения научно-исследовательской работы формируются следующие компетенции: ПК-11, ПК-12.

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 15 зачетных единиц, 540 часов.

**Практика** является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации ООП магистратуры по данному направлению подготовки предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная (научно-исследовательская, научно-педагогическая). Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

**Целями** производственной практики являются:

* закрепление и углубление теоретических знаний по маркетингу и менеджменту;
* приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

**Задачами** производственной практики являются:

* знакомство с общими принципами организации и структурой управления на предприятии;
* анализ внешней (органы государственной и муниципальной власти, поставщики, клиенты, конкуренты) и внутренней среды предприятия;
* анализ структуры и динамики затрат предприятия;
* знакомство с информационной системой предприятия и технологиями для поддержки принятия управленческих решений.

В результате прохождения производственной практики формируются следующие компетенции: ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-13, ПК-14.

Общая трудоемкость производственной практики составляет 30 зачетных единиц, 1080 часов.

**Требования к организации учебной и производственной практик по магистерской программе**

1. Практики могут проводиться в сторонних организациях (предприятиях, НИИ, фирмах) или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

2. Аттестация по итогам практики производится в виде защиты обучающимся выполненного индивидуального или группового задания и представления отчета, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными вузом.

3. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможность обучающимся:

* планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования, написание реферата по избранной теме;
* проведение научно-исследовательской работы;
* составление отчета о научно-исследовательской работе;
* публичная защита выполненной работы.

# 5. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Рабочий учебный план по направлению 080200 «Менеджмент» по магистерской программе «Маркетинг и управление цепями поставок» разработан в соответствии сфедеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по подготовке магистров по направлению 080200 «Менеджмент» и Регламентом разработки и утверждения рабочих учебных планов в ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения» и утвержден первым проректором Виноградовым В.В.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**подготовки магистра по программе**

**«Маркетинг и управление цепями поставок»**

Квалификация (степень) – магистр

Нормативный срок обучения – 2 года

| **№№**  **п/п** | **Наименование циклов, модулей, дисциплин, практик, НИР** | **Общая**  **трудоемкость** | | | **семестры** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В**  **зач. ед.** | **В**  **часах общ./ ауд.** | **1** | | **2** | **3** | **4** | | **Формы промеж.ат.** |
| **М1** | **Общенаучный цикл** | **8** | **288/92** |  | |  |  |  | |  |
| **М.1.В** | ***Вариативная часть*** |  |  |  | |  |  |  | |  |
| **М1.В.ОД** | ***Обязательные дисциплины*** | **4** | **144/60** |  | |  |  |  | |  |
| М1.В.ОД1 | Современные концепции маркетинга | 2 | 72/39 | + | |  |  |  | | Зач. |
| М1.В.ОД.2 | Математические модели в теории управления | 2 | 72/21 |  | | + |  |  | | Зач. |
| **М1.В.ДВ** | ***Дисциплины по выбору*** | **4** | **144/32** |  | |  |  |  | |  |
| М1.В.ДВ.1.1 | Иностранный язык | 2 | 72/16 |  | | + |  |  | | Зач. |
| М1.В.ДВ.1.2 | Иностранный язык 2 | 2 | 72/16 |  | | + |  |  | | Зач. |
| **М.2** | **Профессиональный цикл** | **66** | **2376/846** |  | |  |  |  | |  |
| **М2.Б** | ***Базовая часть*** | ***18*** | **648/210** |  | |  |  |  | |  |
| М2.Б.1 | Управленческая экономика | 3 | 108/39 | + | |  |  |  | | Экз. |
| М2.Б.2 | Методы исследований в менеджменте | 2 | 72/23 | + | |  |  |  | | Зач. |
| М2.Б.3 | Современный стратегический анализ | 3 | 108/39 | + | |  |  |  | | Экз. |
| М2.Б.4 | Корпоративные финансы | 4 | 144/43 |  | |  | + |  | | Экз. |
| М2.Б.5 | Теория организации и организационное поведение | 4 | 144/43 | + | |  |  |  | | Экз. |
| М2.Б.6 | Информационные ресурсы в менеджменте | 2 | 72/23 | + | |  |  |  | | Зач. |
| **М2.В** | ***Вариативная часть*** | ***48*** | **1728/636** |  | |  |  |  | |  |
| **М2.В.ОД** | ***Обязательные дисциплины*** | **24** | **864/318** |  | |  |  |  | |  |
| М2.В.ОД.1 | Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта | 2 | 72/23 | + | |  |  |  | | Зач. |
| М2.В.ОД.2 | Управление инновациями | 2 | 72/36 |  | | + |  |  | | Зач. |
| М2.В.ОД.3 | Маркетинг на транспорте | 4 | 144/43 |  | |  | + |  | | Экз. |
| М2.В.ОД.4 | Транспортно-распределительные логистические системы | 3 | 108/43 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ОД.5 | Управление качеством транспортного обслуживания | 3 | 108/43 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ОД.6 | Управление продажами | 2 | 72/36 |  | | + |  |  | | Зач. |
| М2.В.ОД.7 | Маркетинговые исследования | 4 | 144/54 |  | | + |  |  | | Экз. |
| М2.В.ОД.8 | Управление цепями поставок | 4 | 144/40 |  | | + |  |  | | Экз. |
| **М2.В.ДВ** | ***Дисциплины по выбору*** | **24** | **864/318** |  | |  |  |  | |  |
| М2.В.ДВ.1.1 | Логистические основы управления транспортной системой | 4 | 144/43 |  | |  | + |  | | Экз. |
| М2.В.ДВ.1.2 | Финансовый менеджмент | 2 | 72/32 |  | | + |  |  | | Экз. |
| М2.В.ДВ.2.1 | Стратегические PR и GR коммуникации компании | 2 | 72/23 | + | |  |  |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.2.2 | Поведение потребителей | 2 | 72/23 | + | |  |  |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.3.1 | Корпоративное управление на железнодорожном транспорте | 2 | 72/36 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.3.2 | Система сбалансированных показателей | 2 | 72/36 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.4.1 | Стратегический менеджмент | 2 | 72/23 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.4.2 | Инвестиционный менеджмент | 2 | 72/23 |  | |  | + |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.5.1 | Глобальная (международная) логистика | 2 | 72/36 |  | | + |  |  | | Зач. |
| М2.В.ДВ.5.2 | Транспортная логистика | 4 | 144/43 |  | |  | + |  | | Зач. |
| **М.3** | **Практики и научно-исследовательская работа** | **54** | **1944** |  | |  |  |  | |  |
| М3.Н | Научно-исследовательская работа | *15* | 540 | + | | + | + |  | | Зач.с оц. |
| М3.П | Научно-исследовательская и педагогическая практика | *30* | 1080 |  | | + |  | + | | Зач.с оц. |
| М3.Д | Диссертация | *9* | 324 |  | |  |  | + | |  |
| **М.4** | **Итоговая государственная аттестация** | *6* | 216 |  | |  |  | + | |  |
|  | **Общая трудоемкость основной образовательной программы** | **134** | ***4824*** |  | |  |  |  | |  |

**Предусматриваются курсовые работы:**

1 курс: – Современный стратегический анализ, Управление цепями поставок

2 курс: – Маркетинг на транспорте

**Бюджет времени (в неделях)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Курсы | Теоретическое обучение | Экзаменационная сессия | Производственная практика | Научно-исслед. работа | Диссерта-ция | Гос. экзамены | Каникулы | Всего |
| I | 27 1/3 | 3 | 8 | 6 2/3 |  |  | 7 | 52 |
| II | 14 2/3 | 2 | 12 | 3 1/3 | 6 | 4 | 10 | 52 |
| **Итого** | **42** | **5** | **20** | **10** | **6** | **4** | **17** | **104** |

**Примечания:**

1) Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»

2) Курсовые работы (проекты), текущая и промежуточная аттестации (зачеты и экзамены) рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине (модулю) и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на ее изучение.

3) В соответствии с Типовым положением о вузе к видам учебной работы отнесены: лекции, консультации, семинары, практические занятия, лабораторные работы, контрольные работы, коллоквиумы, самостоятельные работы, научно-исследовательская работа, практики, курсовое проектирование (курсовая работа). Высшее учебное заведение может устанавливать другие виды учебных занятий.

4) В соответствии с требованиями ФГОС ВПО наряду с данным Учебным планом подготовки магистра для каждого обучающегося в магистратуре вуза составляется индивидуальный план подготовки магистра

5) Каждая учебная дисциплина включает следующие виды работы:

* общая аудиторная
* индивидуальная аудиторная
* самостоятельная работа

Соотношение между общей аудиторной, индивидуальной аудиторной и самостоятельной работой устанавливается как ½ : ½ : 1

6) Виды учебной работы по каждой дисциплине определяются спецификой ее целей и задач, устанавливаются самостоятельно преподавателем, указываются в календарно-тематическом плане соответствующей дисциплины.

# 6. АННОТАЦИИ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЯ

## 6.1. Аннотация примерной программы дисциплины «Современные концепции маркетинга»

***Цель дисциплины:***

Цель курса - формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных маркетинговых решений при управлении деятельностью организации в рыночных условиях.

***Учебные задачи дисциплины:***

Основными задачами курса "Современные концепции маркетинга" являются:

* изучение комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
* получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
* изучение элементов комплекса маркетинга и управление ими;
* овладение навыками использования маркетингового инструментария в управлении коммерческой деятельностью фирмы.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Современные концепции маркетинга» относится к общенаучному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Современные проблемы менеджмента», «Теория организации и организационное поведение», «Методы исследований в менеджменте», «Информационные ресурсы менеджмента» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-1 «Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования»;

ОК-2 «Способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности»;

ОК-3 «Способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения»;

ОК-4 «Способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия».

В результате освоения курса студент должен

***знать***

принципы маркетинга;

современные 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

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Современные концепции маркетинга» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.2. Аннотация примерной программы дисциплины «Математические модели в теории управления»

***Цель дисциплины:***

Целью преподавания данной дисциплины является формирование научных и практических знаний о математических моделях в теории управления и применение их на практике.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

- иметь системное представление о структурах и тенденциях развития математических моделей в теории управления;

- понимать многообразие экономических процессов и их связь с другими процессами, происходящими на предприятии.

Студент должен знать:

- классификацию, назначение и область применения математических моделей;

- экономическую сущность и математическую формализацию важнейших моделей, используемых на предприятии, требования к информационному обеспечению;

- принципы решения важнейших моделей, анализа и конкретизации полученных решений;

- круг плановых, аналитических, технико-экономических вопросов, решаемых на производстве с помощью экономико-математических методов, и выбор соответствующих моделей.

Студент должен уметь:

- анализировать конкретные производственные ситуации с точки зрения возможности их модельного решения, выбирать тип модели, определять набор необходимых исходных данных и качественные требования к ним (периодичность, детальность, срочность и т. п.);

- оценивать и использовать результаты модельных расчетов, корректировать их применительно к требованиям практики с наименьшими потерями качества; выполнять с помощью современных информационных технологий расчеты по моделям.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Математические модели в теории управления» относится к общенаучному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика предприятия», «Управление транспортной системой», «Организация производства на предприятии», «Введение в менеджмент», «Управление качеством», «Ценообразование», «Маркетинг» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-1 «Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования»;

ОК-4 «Способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Математические модели в теории управления» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.3. Аннотация примерной программы дисциплины «Иностранный язык (профессиональный)»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний в области иностранного языка, свободного владения им, грамотного правописания и употребления всех правил общения в сфере профессиональной коммуникации.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные правила правописания и произношения, закрепленные в иностранном языке;

Уметь:

- свободно общаться, читать и писать на иностранном языке в сфере профессиональной коммуникации;

Владеть:

- навыками профессионального, правильного изъяснения, общения на иностранном языке, а также навыками правописания в сфере профессиональной коммуникации.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Иностранный язык (профессиональный)» относится к общенаучному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-5 «Свободное владение иностранным языком как средством профессионального общения»;

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Иностранный язык (профессиональный)» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.4. Аннотация примерной программы дисциплины «Деловые переговоры и деловая переписка на иностранном языке»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области публичных выступлений и переговоров с профессиональным использованием иностранного языка, а также осуществление грамотной деловой переписки в сфере профессиональной коммуникации.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные правила правописания и произношения, закрепленные в иностранном языке;

- правила публичных деловых и научных выступлений с изучением специфики иностранных народов.

Уметь:

- свободно общаться, читать и писать на иностранном языке в сфере профессиональной коммуникации;

- уверенно выступать на публике различных деловых и общественных мероприятий.

Владеть:

- навыками профессионального, правильного изъяснения, общения на иностранном языке, а также навыками правописания в сфере профессиональной коммуникации;

- навыками выступления, высказывания, убеждения публики на деловых и научных конференциях.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Деловые переговоры и деловая переписка на иностранном языке» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-5 «Свободное владение иностранным языком как средством профессионального общения»;

ОК-6 «Обладание навыками публичных деловых и научных коммуникаций».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Деловые переговоры и деловая переписка на иностранном языке» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.5. Аннотация примерной программы дисциплины «Управленческая экономика»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понимания взаимосвязи экономической теории и практики управленческой деятельности, формирование навыков применения экономических методов в процессе управления.

***Учебные задачи дисциплины:***

Задачи дисциплины: обеспечить интеграцию знаний из области управления и экономической теории, навыки оптимизации управленческих решений на базе экономического анализа, показать взаимосвязь экономических категорий и практики управленческой деятельности.

Управленческая экономика — это дисциплина, сформированная на границе экономической теории и менеджмента, обеспечивающая рассмотрение процесса управления с позиций обеспечения его экономической эффективности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управленческая экономика» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Математика», «Теория менеджмента», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать**:

* основные закономерности принятия экономических решений рациональными агентами;
* основные понятия и теоретические концепции экономического анализа и управления;
* принципы построения теоретических экономических моделей исследуемых процессов;
* ключевые методы и инструменты микроэкономического анализа;
* принципы развития экономических систем в глобальной экономической среде.

**Уметь**:

* анализировать поведение экономических субъектов, в том числе поведение потребителей, конкурентов;
* выявлять и анализировать структуру издержек, производительные и непроизводительные издержки, использовать экономические принципы при выработке управленческих решений;
* выбрать наиболее значимые модели, позволяющие выделить основные закономерности экономического развития, применять их для моделирования поведения экономических субъектов и протекания процессов в глобальной среде.

**Владеть**:

* экономическим образом мышления;
* методами оптимизации при выработке экономических решений;
* методами анализа эффективности функционирования бизнес-систем;
* методами микроэкономического анализа конкурентной бизнес-среды;
* методами и приёмами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
* методами построения специальных прикладных микроэкономических моделей.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управленческая экономика» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.6. Аннотация примерной программы дисциплины «Методы исследований в менеджменте»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Методы исследований в менеджменте» являются развитие у студентов личностных качеств менеджера-исследователя, формирование общенаучных и профессиональных компетенций и навыков их реализации в практической управленческой деятельности.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

* изучить сущность понятия исследовательской деятельности в менеджменте, ее отличия от научных исследований;
* овладеть основными общенаучными методами исследований, а также специфичными методами, применяемыми при исследовании систем управления организаций;
* приобрести навыки организации и проведения исследований систем управления при помощи различных методов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теория менеджмента», «Введение в менеджмент», «Статистика», «Социология» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-7 «Владение методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать:**

* характеристики и особенности исследования как вида деятельности; типологию и классификацию исследований;
* основные подходы к организации исследовательской деятельности и реализации исследовательских проектов в различных сферах деятельности;
* направления применения исследований в менеджменте;
* основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;
* назначение и особенности проведения стратегического анализа в организации (области применения, характеристики процесса);
* современные инструменты и технологии проведения стратегического анализа;
* особенности информационного обеспечения проведения стратегического анализа;
* различные методологические подходы к описанию бизнес-процессов;
* подходы к оценке эффективности бизнес-процессов;
* основные механизмы сбора, очистки, анализа и интерпретации информации при проведении исследования систем управления;
* подходы к управлению бизнес-процессами организации.

**Уметь:**

* выявлять перспективные направления научных и прикладных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы;
* выделять и характеризовать основные методологические принципы проведения исследовательских проектов;
* планировать исследовательскую деятельность и управлять процессом ее реализации;
* использовать современные информационные системы и технологии для проведения исследовательских проектов;
* выявлять перспективные направления проведения стратегического анализа;
* проводить отбор методов проведения стратегического анализа исходя из задачи исследования и имеющихся ресурсов;
* проводить стратегический анализ деятельности организации с использованием современных инструментов и методов;
* делать обоснованные выводы по результатам стратегического анализа, определять направления использования результатов;
* определять структуру, источники, качественные и количественные характеристики информации, необходимой для принятия управленческих решений;
* обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
* готовить отчетную документацию;
* описывать и строить модели бизнес-процессов с учетом особенностей решаемой управленческой задачи.

**Владеть:**

* категориальным аппаратом и алгоритмами проведения исследовательских проектов,
* методами получения необходимой информации для принятия эффективных управленческих решений;
* навыками разработки программы исследования, формирования исследовательской группы и необходимого ресурсного обеспечения;
* основными методами проведения стратегического анализа;
* подходами к организации процесса проведения стратегического анализа;
* методами и навыками подготовки и представления результатов стратегического анализа;
* основными инструментальными средствами и технологиями сбора, анализа и представления аналитических данных;
* навыками самостоятельной исследовательской работы в сфере управления;
* методикой построения организационно-управленческих моделей;
* методологией исследования систем управления;
* методами прикладных исследований, применяемых в менеджменте.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Методы исследований в менеджменте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.7. Аннотация примерной программы дисциплины «Современный стратегический анализ»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Современный стратегический анализ» являются формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных стратегических решений в процессе стратегического направления компании в рыночных условиях.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Современный стратегический анализ» слушатель должен

***знать***

* сущность развития современного бизнеса и направления его развития;
* задачи современного стратегического менеджмента в условиях инновационного развития экономики;
* методики стратегического анализа потенциала организаций;
* методы проектирования и реструктуризации основных бизнес процессов организации;
* факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий;
* управление организационными изменениями;
* действующие системы стратегического менеджмента крупных российских и зарубежных компаний;

***уметь***

* применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели стратегического менеджмента;
* выбирать миссию и стратегические цели организации;
* формировать и анализировать варианты стратегических управленческих решений;
* оценивать эффективность стратегий и управленческих действий по развитию компаний;
* использовать современные коммуникации и участвовать в коллективных действиях, работать в командах;

**владеть навыками**

* постановки и решения задач стратегического менеджмента с позиций системного подхода;
* количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития компаний анализа основных показателей рынка, конкурентов, клиентов, позволяющих сформулировать грамотную корпоративную стратегию.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Современный стратегический анализ» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владение методами стратегического анализа».

В результате освоения компетенций магистрант должен:

Знать:

- Основные отечественные и зарубежные стратегические направления развития компании и их подразделений.

- Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учётом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики.

- Законы рынка и отрасли, нормативно-правовые документы, регулирующие рыночные отношения.

- Основные принципы поиска, анализа и обработки стратегических решений.

- Основные психофизические нормы клиентов, конкурентов в соответствии с вариацией выбора типа стратегии.

Уметь:

- Анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия компании с группами (командами) сотрудников.

- Анализировать основные теоретические и практические стратегические направления и проблемы взаимодействия корпорации и ее потребителей.

- Ориентироваться на рынке, влиять на решение клиента, знать о решениях конкурента и поставщиков.

- Выполнять сбор, анализ и использование различных матриц и моделей для принятия сбалансированных управленческих решений.

- Оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов на рынке для принятия управленческих решений.

Владеть:

- Навыками манипулирования системой общечеловеческих ценностей с учетом ценностно-смысловых ориентации компании.

- Навыками манипулирования системой общечеловеческих ценностей с учетом ценностно-смысловых стратегических ориентации компании.

- Системой навыков формирования стратегических финансовых решений по формулированию бизнес-идей.

- Стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала исследования.

- Навыками оценки удовлетворённости всех участников бизнеса компании.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* курсовая работа;
* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Современный стратегический анализ» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.8. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративные финансы»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области теоретических и практических основ функционирования корпоративных финансов, обучение методам эффективного формирования и рационального использования финансовых ресурсов организаций, развитие экономического мышления, интуиции для ориентации в сложных финансовых ситуациях.

***Учебные задачи дисциплины:***

В ходе изучения дисциплины «Корпоративные финансы» должны быть решены следующие задачи:

* + - получение системы понятий и принципов корпоративных финансов;
    - получение системы знаний об экономическом содержании финансовых ресурсов организаций и источниках их формирования;
    - определить роль, место и значение финансового планирования, как элемента системы управления финансами;
    - рассмотреть финансовую деятельность организации с целью обеспечения ее экономической безопасности;
    - изучить специфические особенности финансов организаций различных организационно-правовых форм, в частности акционерных обществ, унитарных предприятий и некоммерческих организаций;
    - анализ финансовых методов обеспечения финансовой безубыточности деятельности организации;
    - владение студентами такими общекультурными компетенциями, как владение профессиональной терминологией, умением грамотно, логично излагать мнение, предложения в области корпоративных финансов, способностью к саморазвитию, повышению квалификации;
    - владение студентами такими профессиональными компетенциями, как способность осуществлять сбор, анализ, обработку данных, необходимых для решения задач в области корпоративных финансов, способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и другую информацию, содержащуюся в отчетности организаций и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в области корпоративных финансов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Корпоративные финансы» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Инвестиционный анализ», «Экономика железнодорожного транспорта» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-7 «Владение методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Корпоративные финансы» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.9. Аннотация примерной программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Теория организации и организационное поведение» являются формирование у студентов:

- основных теоретических положений по формированию и управлению поведением персонала в организации;

- изучение проблематики развития и эффективного управления человеческими ресурсами современной организации.

- практических навыков по применению основных положений теории организации и организационного поведения в системе управления человеческими ресурсами организации.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Знать теоретические основы построения организации и поведения работника в организации; основные концепции организационного устройства, мотивации, устройстве личности и группы, коммуникациях в организации.

Уметь определять пути повышения эффективности работы организации на основе анализа организации и поведения работников в организации; анализировать состояние организации с позиции лучших практик теории организации и организационного поведения.

Владеть навыками выработки решений по практическому управлению организацией на основе выводов относительно эффективности построения организацией и организационного поведения; навыками разработки программ и мероприятий по развитию организации.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Теория организации и организационное поведение» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Современные концепции менеджмента», «Управленческая экономика», «Современный стратегический анализ».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.10. Аннотация примерной программы дисциплины «Информационные ресурсы в менеджменте»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области менеджмента с применением информационных технологий и умений комплексного использования этих знаний в разработке управленческих решений на предприятии.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Изучить современные методы обработки информации в менеджменте и развить умения практического использования их в управленческой деятельности; сформулировать общее представление об основных направлениях развития информационных систем и технологий, в применяемых в менеджменте на предприятии;

Уметь оценивать производительность труда и результативность деятельности предприятия с использованием современных информационных технологий;

Владеть навыками выбора и использования методов управления предприятием на базе имеющихся информационных ресурсов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Информационные ресурсы в менеджменте» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Информационные технологии в менеджменте», «Теория менеджмента», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Информационные ресурсы в менеджменте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.11. Аннотация примерной программы дисциплины «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения учебной дисциплины «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» является изучение магистрантами методов познания экономических явлений и процессов в сфере транспорта, их использование при обосновании управленческих решений и выполнении экономических расчетов.

***Учебные задачи дисциплины:***

Задачи: ознакомиться с основами функционирования производственно-экономических систем; выполнить анализ и моделирование экономических отношений в сфере транспорта, ставить задача и находить решение современных проблем экономики железнодорожного транспорта в условиях его реформирования; выработать умения и навыки владения методами исследования экономических процессов; использовать методы экономического анализа, решений технико-экономических расчетов, информационной подготовки и принятия решений.

В ходе изучения курса «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» магистры должны знать: особенности современных экономических процессов и отношенй на железнодорожном транспорте; основные методы и модели управления и планирования перевозок.

Уметь: применять полученные знания для решения практических задач; использовать современные информационные тенологии для прогнозирования экономических показателей; выполнять оценку экономической эффективности управленческих решений.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика предприятия», «Ценообразование», «Маркетинг», «Внутрифирменное планирование» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-9 «Способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы».

При изучении дисциплины обращается внимание магистрантов на применение изучаемых теоретических знаний, компетенций и навыков в будущей практической деятельности. Изучение материала ведется в форме, доступной пониманию магистрантов. В результате освоения дисциплины «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» магистранты должны получить основные знания и навыки в области экономики и управления на железнодорожном транспорте в условиях его реформирования.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.12. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление инновациями»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения учебной дисциплины «Управление инновациями» является изучение магистрантами теоретических разработок и практики инновационного менеджмента, направленного на разработку и внедрение процессных и продуктовых инноваций.

***Учебные задачи дисциплины:***

Задачами дисциплины являются изучение: истории формирования современного экономического механизма управления инновациями; классификации инноваций; факторов повышения конкурентоспособности; методов государственного регулирования инновационных процессов; основных направлений научно-технического развития железнодорожного транспорта; особенностей организации научно-технических процессов на железнодорожном транспорте; методов мотивации персонала к инновационной деятельности; принципов ценообразования инновационной продукции на железнодорожном транспорте; форм финансового обеспечения инновационной деятельности; основных методов оценки эффективности инновационных проектов.

Уметь: идентифицировать объекты инноваций; выделять экономические преимущества инноваций; оценивать экономико-технологический потенциал компании; анализировать сегменты транспортного рынка; определять приоритеты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; исследовать жизненный цикл инноваций и определять затраты, соответствующие его этапам; определять предельную цену на инновационную продукцию; различать инновационные и инвестиционные проекты; обосновывать критерии оценки эффективности инновационных проектов.

Владеть навыками: использования понятийного аппарата инновационного менеджмента; оценки конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности компании; анализа уровня конкуренции на рынке; расчета стоимости жизненного цикла технических систем; определения предельной цены на инновационную продукцию; – организации проектного управления инновационной деятельностью; – расчета показателей эффективности инновационного проекта; учета риска при обосновании инновационных проектов; обосновывать источники финансирования инновационной деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управление инновациями» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Данная дисциплина базируется на знании следующих учебных дисциплин: «Методы исследований в экономике», «Современные проблемы экономики железнодорожного транспорта», «Стратегическое планирование», «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте», «Управление качеством транспортного обслуживания».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами».

При изучении дисциплины обращается внимание студентов на применение изучаемых теоретических знаний и практические умений в будущей практической деятельности. Изучение материала ведется в форме, доступной пониманию магистрантов.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управление инновациями» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.13. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг на транспорте»

***Цель дисциплины:***

Цель курса - формирование системных знаний в области транспортного маркетинга и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений на железнодорожном транспорте.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Изучить современной теории маркетинга на транспорте;

Уметь практического использования маркетинговые инструменты в практической деятельности;

Владеть навыками анализа рынка, сегментирования потребителей, позиционирования товаров, управления товарной, ценовой и коммуникационной политикой в комплексе транспортного маркетинга, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Маркетинг на транспорте» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Экономика железнодорожного транспорта», «Маркетинг на транспорте» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

В результате освоения компетенции студент должен:

Знать:

- методы сбора информации о социально-экономических явлениях и процессах.

Уметь:

- собирать необходимые данные для оценки этих процессов.

Владеть:

- навыками самостоятельного поиска информации о микро- и макросреде.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* курсовая работа;
* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг на транспорте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.14. Аннотация примерной программы дисциплины «Транспортно-распределительные логистические системы»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к управлению транспортно-распределительными логистическими системами.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Транспортно-распределительные логистические системы» студент должен

***знать***

принципы и стратегию транспортного обслуживания потребителей и фирм.

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных решений, которые встречаются в теории и на практике в транспортных логистических системах.

***владеть навыками***

выбора наиболее целесообразных экономических, экономико-математических и статистических методов, которые применяются для решения разных теоретических и практических задач в транспортных логистических системах.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Транспортно-распределительные логистические системы» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Статистика», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Транспортно-распределительные логистические системы» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.15. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление качеством транспортного обслуживания»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области управления качеством транспортного обслуживания и умений комплексного использования этих знаний в разработке управленческих решений на железнодорожном транспорте.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Изучить современную теорию управления качеством транспортного обслуживания и развить умения ее практического использования в управленческой деятельности; сформулировать общее представление об основных направлениях развития систем и методов управления качеством на транспорте

Уметь оценивать качество продукции транспорта, оценивать экономическую эффективность принятия управленческих решений в области повышения качества;

Владеть навыками выбора и использования методов контроля качества на железнодорожном транспорте.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управление качеством транспортного обслуживания» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Инвестиционный анализ», «Экономика железнодорожного транспорта», «Маркетинг на транспорте» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне».

В результате освоения компетенций студент должен:

Знать:

- методы исследования и сбора данных об уровне качества;

- методы анализа уровня качества транспортного обслуживания.

Уметь:

- собирать необходимые данные для оценки качества;

- делать выводы о факторах и силах, влияющих на уровень качества.

Владеть:

- навыками самостоятельного поиска информации об уровне качества транспортного обслуживания;

- методиками оценки экономической эффективности повышения качества транспортного обслуживания.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управление качеством транспортного обслуживания» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.16. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление продажами»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для построения эффективного взаимодействия с партнерами в процессе осуществления сбытовой деятельности, продаж, ведения переговоров, осуществления эффективных коммерческих сделок.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Управление продажами» 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.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управление продажами» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Маркетинг», «Теория менеджмента», «Маркетинговые исследования», «Психология», «Экономическая теория», «Экономика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владение методами стратегического анализа».

В результате освоения компетенций студент должен:

Знать:

- методику ведения переговоров о продаже или заключении сделки;

- теорию конфликтов;

- теорию коммуникаций и состав коммуникационного процесса, причины коммуникационных барьеров.

Уметь:

- выбрать наиболее значимые для клиента области и проблемы;

- выполнять первичную диагностику причин конфликтов во взаимоотношениях с деловым партнером;

- понять причины поведения собеседника и причины возникающего непонимания.

Владеть:

- быть способными выполнять подготовку и проведение деловой беседы с конкретным клиентом или партнером;

- способностью подобрать наиболее подходящий в сложившейся ситуации способ решения конфликта;

- способностью ведения хода переговоров, направленного на преодоление возможных коммуникационных барьеров.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управление продажами» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.17. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинговые исследования»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков применения маркетингового инструментария в процессе управления деятельностью организации, эффективного поиска и принятия управленческих решений в рыночных условиях, проведения и анализа маркетинговых исследований.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Маркетинговые исследования» студент должен

***знать***

предмет, определение, принципы маркетинговых исследований;

концепции маркетинговых исследований и хронологию их развития;

знать методологию исследования

аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования,

***уметь***

разрабатывать план исследования,

сегментировать рынок,

применять методы обработки информации,

определять объекты, цели исследований с соблюдением этики.

использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании.

***владеть навыками***

использования инструментов маркетинговых исследований для достижения целей организации;

разработки и проведения маркетинговых исследований;

анализа полученных в ходе исследования данных;

презентации полученных результатов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Философия», «Социология», «Психология», «История», «Культурология», «Математика», «Экономическая теория» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

В результате освоения компетенций студент должен:

Знать:

- инструменты оценки внешней среды предприятия;

- критерии, которые потребитель использует в своем свободном выборе;

- экономические основы деятельности предприятия;

- различные методики оценки возможных рисков;

- основные понятия бизнес идеи;

- особенности ведения предпринимательской деятельности.

Уметь:

- проводить оценку внешней среды органов государственного и муниципального управления;

- формировать потребительское поведение;

- выполнять сбор необходимой информации о рынке и изучение потребителей, конкурентов и партнеров по рынку;

- разрабатывать алгоритмы оценки рыночных рисков;

- обнаруживать потенциал в предлагаемых идеях;

- оценивать имеющиеся риски и потенциалы компании.

Владеть:

- инструментами оценки внешней среды;

- навыками сбора необходимой в конкретной ситуации информации, позволяющей провести необходимый анализ;

- методами прогнозирования показателей деятельности организации, описания рынка, интерпретации результатов анализа и расчета показателей;

- наиболее распространенными методами количественной оценки величины рыночного риска;

- инструментами ведения предпринимательской деятельности с целью достижения более высокого предпринимательского успеха;

- основными инструментами оценки.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.18. Аннотация примерной программы дисциплины «Управление цепями поставок»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является дать магистрантам знания в области создания и функционирования системы цепей поставок на предприятии, подготовить их к решению вопросов по организации цепей поставок на различных видах транспорта.

***Учебные задачи дисциплины:***

Задачи: изучение основ организации цепей поставок в производственной деятельности предприятия; получение навыков построения эффективной системы транспортного обеспечения предприятия; изучение принципов организации цепей поставок на различных видах транспорта; анализ систем документарного обеспечения и тарифообразования на различных видах транспорта.

В ходе изучения курса «Управление цепями поставок» магистры должны **знать**: характер и структуру транспортных условий управления цепями поставок; особенности организации цепей поставок на различных видах.

**Уметь**: производить выбор вида транспорта, способа и маршрута перевозки в зависимости от типа поставок; составить договор на перевозку и заполнить транспортные и товаросопроводительные документы.

**Владеть** методами оценки экономической эффективности транспортного обеспечения внешнеэкономической деятельности предприятия.

Иметь представление: об основах моделирования экономических процессов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управление цепями поставок» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Организация производства на предприятии», «Транспортная и распределительная логистика», «Грузовая работа и транспортный сервис», «Статистика», «Математика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управление цепями поставок» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.19. Аннотация примерной программы дисциплины «Логистические основы управления транспортной системой»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к управлению транспортными системами.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Логистические основы управления транспортной системой» студент должен

***знать***

принципы и стратегию транспортного обслуживания потребителей и фирм.

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных решений, которые встречаются в теории и на практике в транспортных логистических системах.

***владеть навыками***

выбора наиболее целесообразных экономических, экономико-математических и статистических методов, которые применяются для решения разных теоретических и практических задач в транспортных логистических системах.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Логистические основы управления транспортной системой» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Информатика», «Статистика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-4 «Способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности»;

ПК-11 «Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Логистические основы управления транспортной системой» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.20. Аннотация примерной программы дисциплины «Финансовый менеджмент»

***Цель дисциплины*** – формирование у магистров экономики теоретических знаний и практических навыков в сфере применения инструментов финансового менеджмента для использования магистрантами этих знаний в научной и практической деятельности.

*Задачи дисциплины:*

* теоретическое освоение студентами магистратуры основных положений современных концепций финансового менеджмента;
* приобретение практических навыков применения основных инструментов финансового менеджмента.
* приобретение практических навыков осмысления текущей финансовой ситуации и принятия наиболее оптимальных финансовых решений в данной ситуации.
* формирование способности оценивать текущую финансовую ситуацию с точки зрения возможностей увеличения доходов предприятия (организации) и дополнительного инвестирования средств.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Финансовый менеджмент» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Ценообразование» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач».

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать**:

- принципы формализации финансовых целей предприятия и основные критерии их представления;

- методологию и основные приемы финансового анализа и планирования финансового состояния и риска предприятий различных форм собственности;

- финансовую документацию предприятий, методы ее составления и контроля.

**Уметь**:

- обосновывать политику управления рисками предприятия;

- обосновывать политику привлечения финансовых ресурсов;

- разрабатывать стратегические и тактические финансовые планы и прогнозы финансового развития предприятия;

- анализировать инвестиционные предложения, формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы, обосновывать решения по формированию инвестиционных программ и портфелю ценных бумаг предприятия.

**Владеть**:

- навыками работы с финансовой отчетностью предприятия;

- навыками анализа ликвидности, финансовой устойчивости, эффективности и риска предприятия;

- методами управления, планирования и прогнозирования текущими издержками, активами и капиталом.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Финансовый менеджмент» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.21. Аннотация примерной программы дисциплины «Поведение потребителей»

***Цель дисциплины:***

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

***Учебные задачи дисциплины:***

* 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» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Социология», «Психология», «Теория менеджмента», «Статистика», «Маркетинг», «Информационные технологии в менеджменте», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

В результате освоения компетенций студент должен:

- ***знать*** современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей и маркетинговые решения;

- ***уметь*** идентифицировать факторы внешнего (социально обусловленного) и внутреннего (психологически обусловленного) влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке;

- ***владеть*** знаниями использования модели потребительского поведения и методов управления им в процессе разработки комплекса маркетинговых решений.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Поведение потребителей» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.22. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является изучение магистрантами теоретических основ управления акционерным капиталом, сравнительный анализ и оценка моделей корпоративного управления, умение работать с информационными источниками по проблемам корпоративного управления, в том числе – закрепление и развитие навыков перевода материалов с иностранного языка.

***Учебные задачи дисциплины:***

Ознакомиться с известными моделями корпоративного управления, формирования организационных структур, выработать умение и овладеть навыками обобщения и информационного обеспечения управленческих решений, оценки эффективности корпоративных трансформаций.

В результате изучения дисциплины, студент должен:

• **Знать** основные направления и результаты современных теоретических и прикладных исследований в области управления корпорацией;

• **Владеть** современным инструментарием анализа поведения участников корпоративных отношений;

• **Уметь** применять микроэкономический анализ для объяснения формирования и оценки эффективности функционирования системы корпоративного управления.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Ценообразование», «Маркетинг», «Хозяйственное право» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

При изучении дисциплины обращается внимание студентов на применение изучаемых теоретических знаний и практических навыков в будущей профессиональной деятельности. Изучение материала ведется в форме, доступной пониманию магистрантов. В результате освоения дисциплины «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте» магистранты должны получить основные знания и навыки в области управления деятельностью крупных корпораций и холдингов.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Корпоративное управление на железнодорожном транспорте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.23. Аннотация примерной программы дисциплины «Система сбалансированных показателей»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Система сбалансированных показателей» является формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных стратегических решений в процессе управления корпорацией в рыночных условиях с помощью системы сбалансированных показателей.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины магистранты должны

знать:

* пошаговую технологию разработки и внедрения сбалансированной системы показателей.
* этапы и методы реализации стратегического плана;
* методы стратегических изменений.

уметь:

* формировать умение создавать стратегическую модель компании: формулировать цели и показатели верхнего уровня и его взаимосвязь с верхним уровнем.
* разрабатывать ключевые показатели результативности (KPI- Key Performance Indicators) и декомпозировать их с верхнего уровня на уровень структурных подразделений и уровень конкретных исполнителей.
* использовать экономическую, нормативно–управленческую документацию и справочные материалы в своей работе;
* использовать программное обеспечение для решения экономических и управленческих задач.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Система сбалансированных показателей» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки магистрантов по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-7 «Владение методами стратегического анализа».

В результате освоения компетенций магистрант должен:

Знать:

- теоретические и практические основы сбалансированной системы показателей, основные тенденции и направления развития стратегических исследований, особенности стратегии компании.

- основные методы анализа экономической деятельности международных компаний.

- основные принципы поиска, анализа и обработки стратегических решений.

- основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учётом природных и социальных факторов.

Уметь:

- компетентно анализировать и прогнозировать социально-значимые проблемы и определять стратегические решения необходимые для развития бизнеса в рыночных условиях

- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия компаний предоставляющих услуг и потребителей (клиентов).

- проводить анализ последствий принимаемых управленческих решений.

- ориентироваться в сфере международного бизнеса, влиять на решение клиента, знать о решениях конкурента.

Владеть:

- навыками создания новых продуктов и услуг с использованием современных знаний и умений и методов прогнозирования.

- навыками манипулирования системой общечеловеческих ценностей с учетом ценностно-смысловых ориентации компании.

- навыками оценки удовлетворённости всех участников бизнеса.

- системой навыков формировать инновационные решения по формулированию бизнес-идей.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Система сбалансированных показателей» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.24. Аннотация примерной программы дисциплины «Глобальная (международная) логистика»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к управлению логистическими процессами на международном уровне.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Глобальная (международная) логистика» студент должен

***знать***

причины глобализации бизнеса и роль логистических систем в условиях глобализации, особенности формирования логистической инфраструктуры международной торговли, специфику логистического подхода к управлению смешанными внешнеторговыми перевозками

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных решений, которые встречаются в теории и на практике логистической деятельности

***владеть***

методами управления логистическими процессами во внешнеэкономической деятельности

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Глобальная (международная) логистика» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Статистика», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Глобальная (международная) логистика» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.25. Аннотация примерной программы дисциплины «Транспортная логистика»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к управлению транспортом в логистической системе.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Транспортная логистика» студент должен

***знать***

принципы и стратегию транспортного обслуживания потребителей и фирм.

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных решений, которые встречаются в теории и на практике в транспортных логистических системах.

***владеть навыками***

выбора наиболее целесообразных экономических, экономико-математических и статистических методов, которые применяются для решения разных теоретических и практических задач в транспортных логистических системах.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Транспортная логистика» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Транспортная логистика» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.26. Аннотация примерной программы дисциплины «Стратегический менеджмент»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных стратегических решений в процессе стратегического направления компании в рыночных условиях.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Стратегический менеджмент» слушатель должен

***знать***

* сущность развития современного бизнеса и направления его развития;
* задачи современного стратегического менеджмента в условиях инновационного развития экономики;
* методики стратегического анализа потенциала организаций;
* методы проектирования и реструктуризации основных бизнес процессов организации;
* факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий;
* управление организационными изменениями;
* действующие системы стратегического менеджмента крупных российских и зарубежных компаний;

***уметь***

* применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели стратегического менеджмента;
* выбирать миссию и стратегические цели организации;
* формировать и анализировать варианты стратегических управленческих решений;
* оценивать эффективность стратегий и управленческих действий по развитию компаний;
* использовать современные коммуникации и участвовать в коллективных действиях, работать в командах;

**владеть навыками**

* постановки и решения задач стратегического менеджмента с позиций системного подхода;
* количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития компаний анализа основных показателей рынка, конкурентов, клиентов, позволяющих сформулировать грамотную корпоративную стратегию.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-3 «Способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент