

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

*Директор Института экономики и ка-  
чества жизни*

\_\_\_\_\_ Р.Р. Толстяков  
« 22 » \_\_\_\_\_ марта \_\_\_\_\_ 20 22 г.

**АННОТАЦИИ  
К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН**

**Направление**

***38.04.06 Торговое дело***

(шифр и наименование)

**Программа магистратуры**

***Коммерческая деятельность***

(наименование профиля образовательной программы)

**Кафедра:**

***Коммерция и бизнес-информатика***

(наименование кафедры)

**Заведующий кафедрой**

\_\_\_\_\_   
подпись

**М.А. Блюм**

\_\_\_\_\_   
инициалы, фамилия

Тамбов 2022

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.01 Системный анализ**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</b>	
ИД-1 (УК-1)	Знает методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, основные подходы к выработке стратегии действий
ИД-2 (УК-1)	Умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
ИД-3 (УК-1)	Владеет навыками осуществления критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий
<b>ОПК-3 Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта</b>	
ИД-1 (ОПК-3)	Знает современные методы и программный инструментарий сбора, обработки и анализа данных, классификацию интеллектуальных информационных систем, виды и процедуры системного анализа, методику принятия управленческих решений с целью оптимизации распределения ресурсов предприятия
ИД-2 (ОПК-3)	Умеет принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта
ИД-3 (ОПК-3)	Владеет навыками принятия решений, осуществления стратегического планирования и прогнозирования в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта

**Объем дисциплины** составляет 3 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
Зачет	2 семестр	2 семестр

**Содержание дисциплины**

## **Раздел 1. Основные понятия системного анализа**

### **Тема 1. Введение в системный анализ**

Возникновение и развитие системных представлений. Значение системного подхода для современной науки. Понятие системы. Специфика научного знания, главные этапы развития науки, основные проблемы современной науки. Представление системы графом. Алгоритм Дейкстры для поиска кратчайших путей на графе.

### **Тема 2. Свойства систем**

Основные свойства системы. Системообразующие и системоразрушающие факторы.

### **Тема 3. Особенности исследования систем**

Задачи исследования сложных систем. Анализ и синтез систем. Принципы системного подхода. Общесистемные закономерности. Анализ проблем, возникающих в процессе исследования систем.

## **Раздел 2. Моделирование систем**

**Тема 4. Модели и моделирование** Определение понятия «модель». Назначение моделей. Виды моделей. Уровни моделирования. Свойства моделей.

### **Тема 5. Рассмотрение систем с позиций моделей**

Проблемная ситуация и цель моделирования. Сложности формулирования целей. Модель «черного ящика». Компоненты. Множественность входов и выходов. Модель состава системы. Проблемы выделения подсистем и элементов. Структурная схема как соединение моделей. Графы и их виды. Динамические модели систем. Динамические модели систем.

### **Тема 6. Методы и алгоритмы системного анализа в экономике**

Методы качественного оценивания систем. Оценка сложных систем в условиях определенности. Алгоритмы проведения системного анализа.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.02 Международная профессиональная коммуникация**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия</b>	
ИД-1 (УК-4) Знает принципы и приемы осуществления академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке	знает основы перевода академических текстов (рефераты, аннотации, обзоры, статьи и т. д.) с иностранного языка или на иностранный язык
ИД-2 (УК-4) Умеет применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия	использует современные способы общения на русском и иностранном языках для осуществления успешной коммуникации
ИД-3 (УК-4) Владеет навыками применения современных коммуникативных технологий для осуществления делового общения	владеет навыками ведения диалога, переписки и разговорной речи на русском и иностранном языках

**Объем дисциплины** составляет 3 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
Зачет	1 семестр	1 курс

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.03 Технологии современного менеджмента**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</b>	
ИД-1 (УК-2) Знает процедуру управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает основы технологий управленческой деятельности при решении задач проектной деятельности
	Знает социально-психологические аспекты менеджмента при решении социальных и профессиональных задач проектной деятельности
	Знает процедуру управления проектом на всех этапах его жизненного цикла с учетом фактор риска при решении задач проектной деятельности
ИД-2 (УК-2) Умеет планировать проект с учетом последовательности этапов реализации и жизненного цикла проекта	Умеет планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения, выработать командную стратегию для их достижения
	Умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду проекта, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на командную работу в рамках реализации проекта
	Умеет самостоятельно анализировать и применять диагностировать конфликты в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению, в том числе с использованием современных средств коммуникации
ИД-2(УК-2) Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Владеет навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла и командного взаимодействия для решения профессиональных задач при реализации командной стратегии

**Объем дисциплины** составляет 3 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	1 семестр	1 курс

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Современные проблемы менеджмента. Эволюция технологий менеджмента.**

Вызовы и проблемы менеджмента в XXI веке, современные тенденции, подходы и школы, трудности и нерешенные задачи в различных функциональных областях менеджмента. Современные подходы к управлению технологическими производствами.

**Тема 2. Анализ организационно-управленческих ситуаций: принципы и методы с учетом актуальных условий внешней среды.**

Методологические проблемы и подходы в анализе организационно-управленческих ситуаций, схемы и модели анализа организационно-управленческих ситуаций). Анализ и управление рисками организации.

Анализ финансового состояния и бизнес-план торговой организации потребительской кооперации.

**Тема 3. Исследование актуальных проблем менеджмента.**

Формулировки, описание, структура, выявление системных взаимосвязей, положительный и негативный опыт в решении проблем, практические рассогласования и теоретико-методологические противоречия. Исследование систем управления.

Методы оптимизации управления и принятия решений.

**Тема 4. Теоретические и прикладные проблемы технологий менеджмента персонала и психологии управления.**

Собственник и бизнес. Собственник и наёмный менеджмент. Целеполагание. Делегирование. Мотивация. Доверие. Ответственность. Контроль.

Методы принятия управленческих решений

**Тема 5. Разработка технологий менеджмента: методология, теория и практика.**

Методология и методика разработки технологий менеджмента, проектные разработки студентов). Технологии современного стратегического анализа. Методика интегральной оценки конкурентных преимуществ объектов. Вспомогательные методы анализа конкурентных преимуществ (SWOT-анализ, GAP-анализ, LOTS, PIMS, "Профиль", матрица McKinsey).

Проектное управление. Оптимальное раскрупление. Кайдзен.

**Тема 6. Современные методы принятия управленческих решений: обзор, структура, возможности.**

Базовые парадигмы менеджмента, структура технологии менеджмента, возможности и ограничения технологий менеджмента.

Современные технологии управления. Менеджмент организации: современные технологии.

**Тема 7. Актуальные технологии менеджмента.**

Технологии картирования, технологии документирования технологии, технологии диагностики, технологии поиска решений, технологии проектирования, технологии реализации, технологии социального конструирования, технологии управления изменениями, технологии реформирования.

Реинжиниринг. Аутсорсинг.

**Тема 8. Технологии современного стратегического управления.**

Стратегический менеджмент его значение, задачи и функции. Требования, предъявляемые к стратегическому анализу. Источники информации для проведения стратегического анализа.

Состав и содержание разработки стратегий всех бизнес-единиц и общей стратегии фирмы и мероприятий по реализации всех этапов стратегического анализа.

Комбинированные методы проведения анализа сильных и слабых сторон внутренней среды организации, возможностей и угроз со стороны внешней среды.

Методика интегральной оценки стратегического контроллинга.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.04 Стратегический анализ деятельности предприятия**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</b>	
ИД-1 (УК-1) Знает методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, основные подходы к выработке стратегии действий	знает направления, показатели и методы стратегического анализа
ИД-2 (УК-1) Умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	умеет применять методы стратегического анализа
	умеет применять различные методы обработки экономической информации в стратегическом анализе
ИД-3 (УК-1) Владеет навыками осуществления критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий	владеет практическим опытом использования различных методов стратегического анализа
<b>ОПК-5 Способен проводить исследования, организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую, проектную и учебно-профессиональную деятельность для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий</b>	
ИД-1 (ОПК-5) Знает методы и способы проведения исследований, организации самостоятельной и коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий	знает систему показателей и методы анализа различных направлений деятельности предприятия
ИД-2 (ОПК-5) Умеет проводить исследования, организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую, проектную и учебно-профессиональную деятельность для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий	умеет проводить анализ различных направлений деятельности предприятия
ИД-3 (ОПК-5) Владеет навыками проведения исследований, организации самостоятельной и коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональную деятельность для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий	владеет практическим опытом исследования и оценки деятельности предприятия

**Объем дисциплины составляет 5 зачетные единицы.**

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
------------------	-------	--------------

Экзамен	1 семестр	1 семестр
Защита КП	1 семестр	1 семестр

### **Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Понятие, виды, задачи и методы анализа деятельности предприятия (8)**

Понятие и виды анализа. Направления стратегического анализа деятельности фирмы анализа. Основные приемы и показатели стратегического анализа деятельности фирмы. Методы факторного анализа. Способы обработки экономической информации в анализе. Методы выявления влияния факторов на результат.

#### **Тема 2. Оценка микро и макросреды предприятия (6)**

Характеристика основных составляющих микро и макро среды. Анализ конкуренции на рынке, 5 конкурентных сил портера. Сегментирование потребителей и позиционирование компании. Оценка поставщиков. SWOT-анализ деятельности предприятия. Анализ макросреды, STEP (PEST)-анализ, ЕТОМ-анализ

#### **Тема 3. Анализ товарооборота (выручки) предприятия. (4)**

Анализ динамики и структуры товарооборота. Графический метод в анализе товарооборота. Факторный анализ товарооборота. Оценка выполнения плана (прогноза, поставок) по ассортименту, по качеству и ритмичности

#### **Тема 4. Анализ эффективности функционирования предприятия. (4)**

Анализ динамики и структуры прибыли. Оценка рентабельности организации. Оценка факторов, влияющих на изменение прибыли и рентабельности предприятия. оценка деловой активности предприятия

#### **Тема 5. Анализ ассортимента. (4)**

Основные показатели ассортимента. Анализ структуры ассортимента. ABC- анализ ассортимента. XYZ-анализ ассортимента, совмещение XYZ и ABC анализа. Матрица ВКГ и другие матричные методы анализа. Анализ совместных покупок, совмещение анализа совместных покупок и ABC анализа.

Оценка обеспеченности товарооборота товарными запасами. Анализ оборачиваемости запасов

#### **Тема 6. Оценка финансового состояния предприятия. (6)**

Понятие о финансовой отчетности предприятия. Оценка ликвидности и платежеспособности. Оценка финансовой устойчивости



**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.05 Принятие решений в бизнесе**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-8 Способен принимать решения в условиях неопределенности и риска</b>	
ИД-1 (ПК-8) Знает научные методы принятия решений и специфику принятия управленческих решений	Знает научные методы принятия решений и специфику принятия управленческих решений
ИД-2 (ПК-8) Умеет принимать решения в условиях неопределенности и риска	Умеет принимать решения в условиях неопределенности и риска
ИД-3 (ПК-8) Владеет навыками принятия решений в условиях неопределенности и риска	Владеет навыками принятия решений в условиях неопределенности и риска

**Объем дисциплины** составляет 5 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
Экзамен	2 семестр	2 семестр

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Введение в теорию принятия решений. Основные понятия и концепции**

Общее описание проблемы. Основные понятия и определения. Основные понятия о структурировании множества альтернатив. Две классификации методов структурирования множества альтернатив. Некритериальное структурирование множества альтернатив. Структурирование множества альтернатив с использованием критериев. Групповые решения.

**Тема 2. Мифы и реальности использования научных методов принятия решений в бизнесе**

Мифы менеджеров, занимающихся подготовкой управленческих решений. Виды задач принятия решений. Рациональный процесс принятия решений. Процессы принятия решений, не являющиеся рациональными. Запрограммированные решения. Интуитивные решения. Решения, основанные на аналогии. Основные этапы процесса подготовки решения.

**Тема 3. Этапы процесса принятия решений. Однокритериальные задачи принятия решений**

Алгоритм принятия решения. Уяснение цели, которая должна быть достигнута в результате принятия решения. Определение критериев допустимости альтернатив. Нахождение множества допустимых альтернатив. Допустимость альтернатив в экономике и ме-

неджменте. Определение критериев сравнения альтернатив. Идентификация типа задачи принятия решений. Математическая постановка задачи принятия решений. Понятие критерия. Однокритериальные или полностью определенные задачи принятия решения. Алгоритм принятия решений в однокритериальных задачах. Решение задачи: альтернативы инвестора.

#### **Тема 4. Методы выдвижения альтернатив. Многокритериальные ЗПР**

Альтернативы очевидны. Альтернативы не совсем очевидны. Альтернативы не очевидны. Мозговой штурм. Синектика. Структура множества допустимых альтернатив. Алгоритм решения многокритериальных ЗПР.

#### **Тема 5. Неопределенность в задачах принятия решений**

Задачи принятия решений с неопределенностью природы. Задачи принятия решений с неопределенностью противника. Решение задачи: альтернативы игрока.

#### **Тема 6. Управленческие решения**

Определение управленческого решения, его цель и критерии. Показатели качества и эффективности управленческих решений. Основные факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Классификация управленческих решений. Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения.

<http://skillopedia.ru/material.php?id=3834>

#### **Тема 7. Оценка рисков деятельности коммерческого предприятия на этапе принятия управленческого решения**

Определение рисков и их классификация. Комплексный подход оценки риска на этапе принятия управленческого решения. Фиксация рисков. Качественная оценка рисков. Количественная оценка рисков. Условия неопределенности и риска. Основные виды и условия предпринимательского риска. Приемы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределенности и риска. Общие положения управления риском.

#### **Тема 8. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в коммерческой деятельности**

Экспертные системы: определение, состав, функции. Интеллектуальный анализ данных (Data Mining). Создание СППР на основе хранилищ данных. История разработки и принципы построения OLAP. Анализ состояния развития СППР и их классификация. Концепция системы принятия решений в бизнесе.

#### **Тема 9. Бенчмаркинг и маркетинговые решения**

Понятие бенчмаркинга, его история и задачи. Как организовать бенчмаркинг и его перспективы в России и за рубежом.

Концептуальные основы формирования теории маркетинговых решений. Сущность маркетингового решения. Предпринимательские решения. Классификация видов решений. Развитие методики и методологии решения в условиях определенности, риска и неопределенности. Основные этапы применения метода экспертной оценки. Системный анализ в принятии маркетинговых решений. Основные фазы процесса принятия маркетингового решения. Эффективность маркетинговой информационной системы.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.06 Предпринимательство на рынке информационных услуг и продуктов**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности</b>	
ИД-1 (ОПК-4)	Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности
ИД-2 (ОПК-4)	Умеет принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности
ИД-3 (ОПК-4)	Владеет навыками принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности
<b>ОПК-5 Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач</b>	
ИД-1 (ОПК-5)	Знает современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач
ИД-2 (ОПК-5)	Умеет применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач
ИД-3 (ОПК-5)	Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе использования интеллектуальных информационно-аналитических систем, при решении профессиональных задач

Объем дисциплины составляет 5 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная
Экзамен	1 семестр

**Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Понятие и управление качеством информационных услуг и продуктов**

**Тема 1. Теоретические основы управления качеством**

Понятие качества информационных услуг и продуктов. Поэтапные изменения в системах управления качеством. Методологические основы управления качеством.

**Тема 2. . Анализ систем управления качеством**

Современные методы управления качеством. Системы управления качеством в России. Показатели качества и методы их оценки.

**Раздел 2. Теоретические основы оценки качества информационных услуг**

**Тема 3. Жизненный цикл информационной услуги**

Жизненный цикл информационной услуги, система базовых понятий. Факторы, определяющие качество информационных услуг.

**Тема 4. Модель оценки качества информационных услуг и продуктов**

Конкурентная стратегия фирмы сферы информационных услуг. Моделирование процессов формирования и оценки качества информационных услуг

**Раздел 3. Технологии предоставления информационных услуг и анализ их особенностей**

**Тема 5. Особенности технологии предоставления информационных услуг на региональном рынке**

Традиционные технологии предоставления информационных услуг. Особенности региональной инфраструктуры информационного бизнеса. Анализ потребительских предпочтений на региональном рынке информационных услуг и продуктов.

**Раздел 4. Инструментальные средства изучения информационных потребностей специалиста**

**Тема 6. Анализ профессиональной деятельности бизнес-аналитика**

Структура и содержание информационно - аналитической деятельности бизнес-аналитика. Информационный анализ профессиональной деятельности бизнес--аналитика

**Тема 7. Моделирование процесса принятия решений бизнес-аналитиком**

Моделирование процессов принятия решений в традиционных условиях. Удовлетворение информационных потребностей клиента средствами новых информационных технологий.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.07 Деловое общение и профессиональная этика**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</b>	
ИД-1 (УК-5) Знает закономерности и специфику развития различных культур, особенности межкультурного разнообразия общества в современных условиях	Знает основные закономерности и характерные особенности развития различных культур
	Знает специфичность межкультурного разнообразия общества в современных условиях
ИД-2 (УК-5) Умеет обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия	Умеет анализировать и учитывать разнообразие культур
	Умеет применять на практике навыки общения в мире культурного многообразия, создавая и поддерживая взаимопонимание между представителями разных национальностей
ИД-3 (УК-5) Владеет методами предупреждения и разрешения возможных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации	Владеет методами предупреждения возможных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации, учитывая особенности представителей отдельных общностей, имеющих социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
	Владеет способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций, возникающих на почве социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий

**Объем дисциплины** составляет 3 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очно-заочная
Зачет	1 семестр

**Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Основы деловой этики**

**Тема 1. Этика как наука. Сущность деловой этики, ее базовые документы**

Закономерности и специфика развития различных культур, особенности межкультурного разнообразия общества в современных условиях. Фундаментальные трактаты о нравственности Аристотеля и Цицерона. Определение понятий: «этика», «мораль», «нравственность». Роль этики как науки в России. Понятие деловой этики, ее проблемы. Базовые документы деловой этики и задачи, которые они выполняют.

**Тема 2. Этические принципы и нормы в деловом общении**

Универсальные принципы деловой этики. Международные этические принципы бизнеса. Нормы деловой этики. Принципы этики деловых отношений. Взаимопонимание между представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия

## **Раздел 2. Профессиональная этика**

### **Тема 1. Понятие, содержание и предмет профессиональной этики**

Понятие профессиональной этики, ее предмет и содержание. Цели и задачи профессиональной деятельности, контролирование процесса работы, мотивация и концентрация усилий членов коллектива. Качества личности специалиста, необходимые для выполнения профессионального долга. Правовые и этические нормы поведения, предписывающие определенный тип нравственных отношений между людьми, необходимый для выполнения своей профессиональной деятельности и оценки ее последствий. Разновидности профессиональной этики. Правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия.

### **Тема 2. Кодексы профессиональной этики**

Разновидности кодексов профессиональной этики. Свойства профессиональных кодексов. Основы психологии личности (собственный психотип и акцентуацию характера для определения приоритетов собственной деятельности, оценка и корректировка личностных качеств). Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия членов коллектива. Толерантное восприятие этих различий. Нормы поведения членов различных профессий.

## **Раздел 3. Деловое общение**

### **Тема 1. Понятие «деловое общение»: определение, формы, виды, средства, стили**

Определение, формы, виды, средства и стили делового общения. Прямое и косвенное деловое общение. Формы и виды устной и письменной коммуникации при изучении и разработке профессиональной документации. Стандартные формы письменного речевого поведения в профессиональной сфере. Материальное, когнитивное и деятельностное деловое общение. Официально-деловой стиль общения. Научный стиль общения. Публицистический и разговорно-бытовой стили общения. Владение коммуникативными нормами в профессиональной деятельности.

### **Тема 2. Вербальное деловое общение. Невербальное деловое общение. Этикетные нормы делового общения**

Деловой разговор, совещания, заседания (анализ, проектирование и организация межличностных, групповых и организационных коммуникаций в команде для достижения поставленной цели). Переговоры: методы ведения и итоги (навыки деловой коммуникации, аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики). Публичное ораторское выступление. Отношения со средствами массовой информации: проведение пресс-конференций, презентаций, выставок. Язык мимики и жестов. Позы защиты, уверенности, раздумья, обмана, агрессии. Походка. Умение читать по лицам. Визитные карточки. Деловая переписка. Типы деловых писем. Резюме. Электронные средства связи. Компьютер. Интернет. Web-этикет. E-mail. Факс. Деловые подарки и сувениры. Чаевые. Порядок приветствий, представлений и знакомств. Телефонный этикет. Этикет мобильной связи. Этикет официальных мероприятий.

## **Раздел 4. Управленческое общение**

### **Тема 1. Законы управленческого общения**

Основы управления коллективом и создание благоприятного психологического климата с позиции достижения им общих целей и поставленных конкретных задач. Способы управления коллективом при решении им научно-исследовательских и научно-производственных работ. Методы повышения социальной мобильности. Директивные и демократические формы управленческого общения. Эффективное управленческое обще-

ние, закономерности общения и способы управления индивидом и группой. Первый и второй законы управленческого общения. Приемы формирования аттракции.

### **Тема 2. Тактика действий в конфликтных и кризисных ситуациях**

Принципы общения между членами научного коллектива с целью поддержания хорошего социально-психологического климата, способствующего решению поставленных задач. Методы и навыки эффективного межкультурного взаимодействия. Виды конфликтов. Психологические особенности управления конфликтом в рабочей группе. Роль руководителя в разрешении организационных конфликтов. Действия по преодолению спорных ситуаций. Виды кризисов. Владение навыками поведения и принятия решений в нестандартных ситуациях.

### **Раздел 5. Имидж делового человека**

#### **Тема 1. Понятие «имидж», его психологическое содержание и виды**

Терминология. Прототипы имиджа, носители имиджа. Цели формирования имиджа. Стратегии формирования имиджа. Организационные тактики и тактики воздействия. Психологические тактики воздействия на сознание. Теория ожиданий и мотиваций. Принципы развития личности с целью порождения у него способностей к креативной деятельности.

#### **Тема 2. Принципы и технологии формирования профессионального имиджа человека. Принципы и технологии формирования индивидуального имиджа человека**

Зависимость содержания имиджа от профессии и должности. Умение работать в коллективе, сопоставляя свои интересы с интересами коллектива в целом. Понятие имиджмейкерства. Специфическая одаренность имиджмейкеров. Секреты профессионализма. Риторическое оснащение имиджмейкера. Приоритетные задачи имиджмейкинга. Речевое воздействие на управление энергетического ресурса человека. Виды индивидуального имиджа: габитарный, овеществленный, вербальный, кинетический и средовый. Стили в одежде: классический, деловой, стиль Шанель. Обувь. Аксессуары: ювелирные украшения, очки, портфель/сумка, портмоне, зонт, мобильный телефон, ручка, зажигалка, часы. Ухоженность. Манера держаться. Одежда для приемов

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.07 Технологическое предпринимательство**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</b>	
ИД-1 (УК-2) Знает процедуру управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает этапы жизненного цикла проекта
	Знает основные модели/методологии/подходы управления проектом
	Знает методики оценки успешности проекта
ИД-2 (УК-2) Умеет планировать проект с учетом последовательности этапов реализации и жизненного цикла проекта	Умеет достигать поставленных целей и задач проекта
	Умеет составлять и корректировать план управления проектом
	Умеет оценивать риски и результаты проекта
<b>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</b>	
ИД-1 (УК-6) Знает приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает методики самооценки, саморазвития и самоконтроля
	Знает личностные характеристики, способствующие профессиональному развитию
ИД-2 (УК-6) Умеет определять приоритеты личностного и профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	Умеет производить самооценку личностных особенностей и профессиональных качеств в соответствии с конкретной ситуацией
	Умеет формулировать цели собственной деятельности и определять пути их достижения с учетом планируемых результатов
	Умеет определять приоритеты личностного и профессионального роста

**Объем дисциплины** составляет 3 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
Зачет	2 семестр	2 семестр

**Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Основы технологического предпринимательства и бизнес-моделирования.**

**Тема 1. Введение в инновационное развитие**

Сущность и свойства инноваций в IT-бизнесе. Модели инновационного процесса. Роль IT-предпринимателя в инновационном процессе.

**Тема 2. Планирование и реализация проекта**

Понятие, цель и результаты планирования проекта. Планирование предметной области проекта. Планирование времени проекта. Планирование трудовых ресурсов проекта. Планирование стоимости проекта. Планирование рисков в проекте.



Управление предметной областью проекта. Управление проектом по временным параметрам. Управление стоимостью и финансированием проекта. Управление качеством в проекте. Управление риском в проекте. Управление человеческими ресурсами в проекте. Управление коммуникациями в проекте. Управление поставками и контрактами в проекте. Управление изменениями в проекте. Управление безопасностью в проекте. Управление конфликтами в проекте.

**Тема 3. Формирование и развитие команды.**

Создание команды в IT-бизнесе. Командный лидер. Распределение ролей в команде. Мотивация команды Командный дух.

**Тема 4. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план. Как возникают бизнес-идеи в сфере IT. Создание IT бизнес-модели. Формализация бизнес-модели.**

**Раздел 2. Управление предпринимательской деятельностью.**

**Тема 5. Маркетинг. Оценка рынка.**

Основы маркетинговых исследований. Особенность маркетинговых исследований для высокотехнологичных стартапов в сфере IT. Оценка рынка и целевые сегменты IT-рынка. Комплекс маркетинга IT-компаний. Особенности продаж инновационных IT-продуктов.

**Тема 6. Product development. Разработка продукта.**

Жизненный цикл IT-продукта. Методы разработки IT-продукта. Уровни готовности IT-технологий. Теория решения изобретательских задач. Теория ограничений. Умный жизненный цикл IT-продукта.

**Тема 7. Customer development. Выведение продукта на рынок.**

Концепция Customer development в IT-бизнесе. Методы моделирования потребительских потребностей. Модель потребительского поведения на IT-рынке.

**Тема 8. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности.**

Нормативная база. Правовые режимы охраны интеллектуальной собственности в IT-бизнесе. Признание авторства в IT-бизнесе. Разработка стратегии инновационного IT-проекта.

**Тема 9. Трансфер технологий и лицензирование.**

Трансфер и лицензирование IT-технологий. Типы лицензирования интеллектуальной собственности в IT-бизнесе и их применение. Расчет цены лицензии и виды платежей за IT-продукты.

**Раздел 3. Проектный подход к управлению в технологическом предпринимательстве.**

**Тема 10. Создание и развитие стартапа.**

Понятие стартапа. Стадии проекта. Стартап в IT-бизнесе. Методики развития стартапа в IT-бизнесе.

Этапы развития стартапа в IT-бизнесе. Создание и развитие малого инновационного предприятия в IT-бизнесе.

**Тема 11. Коммерческий НИОКР.**

Мировой IT-рынок НИОКР и открытые инновации. Процесс формирования коммерческого предложения для НИОКР-контракта в сфере IT. Проведение переговоров для заключения контракта с индустриальным заказчиком IT-продукта.

**Тема 12. Инструменты привлечения финансирования.**

Финансирование инновационной деятельности на различных этапах развития IT-стартапа. Финансовое моделирование инновационного IT-проекта/

**Тема 13. Оценка инвестиционной привлекательности проекта.**

Инвестиционная привлекательность и эффективность IT-проекта. Денежные потоки инновационного IT-проекта. Методы оценки эффективности IT-проектов. Оценка и отбор IT-проектов на ранних стадиях инновационного развития

**Тема 14. Риски проекта.**

Типология рисков IT-проекта. Риск-менеджмент в IT-бизнесе. Оценка рисков в IT-бизнесе. Карта рисков инновационного IT-проекта.

**Тема 15. Инновационная экосистема.**

Инновационная IT-среда и ее структура. Концепция инновационного потенциала в IT-бизнесе. Элементы инновационной инфраструктуры в IT-бизнесе.

**Тема 16. Государственная инновационная политика.**

Современные инструменты инновационной политики. Функциональная модель инновационной политики. Матрица НТИ. Роль университета как ключевого фактора инновационного развития в сфере IT-бизнеса.

Итоговая презентация IT- проектов слушателей (питч-сессия).

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.09 Аутсорсинг в бизнесе**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах</b>	
ИД-1 (ОПК-1) Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Знает экономическую и управленческую теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-2 (ОПК-1) Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Умеет использовать знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
ИД-3 (ОПК-1) Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	Владеет навыками использования знаний экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах
<b>ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур</b>	
ИД-1 (ОПК-2) Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Знает инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур
ИД-2 (ОПК-2) Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ИД-3 (ОПК-2) Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	Владеет инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур

**Объем дисциплины** составляет 4 зачетные единицы.

### **Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Очно-заочная
Зачет	2 семестр	4 семестр

### **Содержание дисциплины**

#### **Раздел 1. Введение**

#### **Тема 1. Сущность понятия аутсорсинг. Возникновение и эволюция аутсорсинга в практике мирового бизнеса.**

Анализ понятия “аутсорсинг”. Исторические предпосылки и условия появления аутсорсинга.

Эволюционное развитие практического аутсорсинга как самостоятельной области науки и практики организации бизнеса. Сущность и преимущества аутсорсинга: “за” и “против”. Особенности становления аутсорсинга в практике современного бизнеса. Актуальные проблемы современного аутсорсинга и перспективы его дальнейшего развития.

#### **Тема 2. Основные характеристики форм и видов аутсорсинга**

Общая характеристика подходов к систематизации видов аутсорсинга: функциональный аутсорсинг; аутсорсинг бизнес-процессов; АБП-аутсорсинг, или аутсорсинг бизнес-процессов; ИТ-аутсорсинг (аутсорсинг, основанный на информационных технологиях)

Формы аутсорсинга и их характеристики. Использование различных форм и видов аутсорсинга в практике мирового бизнеса.

#### **Тема 3. Сферы применения аутсорсинга**

Аутсорсинг сферы вспомогательного производства. Аутсорсинг сферы основного производства.

Аутсорсинг сферы управления. Аутсорсинг сферы услуг.

Аутсорсинг человеческих ресурсов.

#### **Тема 4. ИТ-аутсорсинг**

Основные задачи и направления ИТ-аутсорсинга. Виды ИТ-аутсорсинга. Разовый и постоянный ИТ-аутсорсинг. Преимущества ИТ-аутсорсинга. Возможные трудности при ИТ-аутсорсинге.

#### **Раздел 2. Аутсорсинг-контракты**

#### **Тема 5. Анализ процесса аутсорсинга**

Сущность процесса аутсорсинга. Структура процесса аутсорсинга. Этапы реализации аутсорсинг-проекта. Стратегическое обоснование процесса аутсорсинга. Анализ фактического состояния и стратегическое позиционирование. Принципы стратегического позиционирования. Структуризация функций и бизнес процессов

**Тема 6. Развитие современного рынка аутсорсинговых услуг в России и за рубежом.**

Общая характеристика состояния современного мирового рынка аутсорсинговых услуг. Развитие рынка аутсорсинга в США в настоящее время. Рынок аутсорсинга в Европе; Азии. Российский рынок аутсорсинга: современность и перспективы. Тенденции развития рынка аутсорсинговых услуг в России и за рубежом. Решение проблемы качества в управлении процессом аутсорсинга в России

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.10 Электронный бизнес**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 8 зачетных единиц.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.11 Психология бизнеса**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 4 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.12 Лидерство и управление командой**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 5 зачетных единиц.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**



**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.О.13 Реинжиниринг бизнес-процессов**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 5 зачетных единиц.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.01 Рекламный менеджмент**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 5 зачетные единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.02 Стратегический маркетинг**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-5 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</b>	
ИД-1 (ПК-5) Знает теоретические подходы к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	знает основные направления маркетинговой деятельности предприятия знает основные стратегии маркетинга в области ассортиментной политики, сбыта, ценообразования и продвижения, стратегии маркетинга, применяемые на различных этапах жизненного цикла товара
ИД-2 (ПК-5) Умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	анализирует и разрабатывает основные конкурентные стратегии маркетинга в области ассортиментной политики, сбыта, ценообразования и продвижения
ИД-3 (ПК-5) Владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	оценивает маркетинговый план компании проводит стратегический анализ деятельности предприятия

**Объем дисциплины** составляет 6 зачетных единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Заочная
Экзамен	3 семестр	2 курс

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Маркетинг как объект управления. Основные понятия**

Определения маркетинга. Сфера деятельности маркетинга: цели, функции, принципы. Концепции управления маркетингом. Виды маркетинга

Практическое занятие (ПР1) Маркетинг как объект управления. Основные понятия

**Тема 2. Стратегический анализ**

Маркетинговая среда: управляемые и неуправляемые факторы. Макросреда маркетинга. Управляемые и неуправляемые факторы внешней среды. Микросреда маркетинга. Управляемые и неуправляемые факторы микросреды маркетинга.

Организация и проведение маркетинговых исследований

Модели анализа экономической среды.

Модели анализа внешней экономической среды. Аналитическая модель SLEPTE. STEP-анализ, ЕТОМ-анализ

Анализ на микроуровне

Аналитическая модель пяти сил М.Портера. Условия, определяющие конкурентную силу посредников. Типология и характеристика конкурентных ситуаций

Анализ и оценка внутренней среды компании

GAP- анализ, имитационное моделирование, бенчмаркинг, сценарный и факторный анализ

SWOT-анализ. Особенности использования аналитической модели SWOT  
Модель 7S Mc Kinsey

**Тема 3 Анализ продукции и рыночной стратегии** (Моделирование с помощью стратегических матриц)

Методы анализа и разработки портфеля. Маркетинговая стратегическая матрица.

Модель «Продукт – рынок» (матрица Ансоффа). Варианты стратегий развития по И. Ансоффу

Модель «Доля рынка – рост рынка» (портфолио-анализ, матрица Boston Consulting Group (БКГ)). Классификация стратегических элементов в рамках анализа по модели BCG  
Матрица АДЛ.

Модель «Привлекательность рынка – преимущества в конкуренции» (матрица Мак-Кинзи McKinsey и General Electric (GE)). Многофакторная матрица GE.

Преимущества и недостатки стратегических моделей.

**Тема 4 Конкурентные стратегии**

Общие стратегические направления. Определение конкурентного преимущества.

Конкурентные стратегии Стратегии конкурентного поведения в условиях олигополии. Конкурентные стратегии. Стратегии «лидера». Методы расширения рынка. Варианты стратегии «защиты доли рынка». Виды атакующих стратегий (по направлению атаки). Виды атакующих стратегий (по инструментам воздействия). Стратегии последователей. Стратегии специалиста по направлению специализации.

**Тема 5. Содержание маркетинговой деятельности предприятия и организация управления маркетингом**

Стратегия маркетинга. Анализ возможностей предприятия. Маркетинговые исследования. Сравнительная характеристика потребительского рынка и рынка организаций-потребителей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга: разработка товаров; выбор способов распространения товаров; продвижение товаров. Стратегии ценообразования.

Виды и типы организационных структур управления маркетинговой деятельностью предприятия.

**Тема 6. Стратегическое планирование**

Этапы и содержание стратегического планирования. Разработка корпоративной миссии. Цели и задачи компании. Планирование развития хозяйственного портфеля.

Выбор стратегии развития компании. Виды и типы стратегий. Классификация стратегий роста.

Стратегии, ориентированные на целевые рынки

Стратегии в области дифференциации и позиционирования

Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии дифференциации. Особенности стратегии специализации. Стратегия наилучшей стоимости. Стратегии роста (Интенсивный и интеграционный рост).

Стратегические варианты и жизненный цикл продукта. Стратегии выходы на рынок.

Критерии выбора стратегии компании. Содержание основных разделов плана маркетинга.

Практическое занятие (ПР20-ПР22) Выбор стратегии развития конкретного предприятия  
Изменение стратегии развития в зависимости от этапа жизненного цикла товара

**Тема 7. Маркетинговый контроль**

Типы маркетингового контроля. Содержание, цели, объекты, приемы и методы контроля. Контроль за выполнением годовых планов. Содержание и порядок контроля. Контроль прибыльности. Стратегический контроль.

План ревизии маркетинга. Ревизия маркетинговой среды. Ревизия стратегии маркетинга. Ревизия организации маркетинга. Ревизия подсистем управления маркетингом. Ревизия результативности маркетинга. Ревизия функциональных составляющих маркетинга.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.03 Инновационные маркетинговые коммуникации**

**Результаты обучения по дисциплине**

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-4 Способен осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке</b>	
ИД-1 (ПК-4) Знает теоретические подходы к планированию, реализации и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижению рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Знает виды маркетинговых коммуникаций
	Знает современные тенденции в области продвижения
	Знает этапы формирования программы продвижения (рекламы, стимулирования сбыта)
ИД-2 (ПК-4) Умеет осуществлять планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Анализирует существующую политику продвижения компании:
	Находит и применяет в соответствующей рыночной ситуации нужный элемент комплекса продвижения
ИД-3 (ПК-4) Владеет навыками планирования, реализацию и оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, продвижение рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке	Владеет практическими навыками, необходимыми для разработки и реализации программы продвижения продукта или бренда

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

**Формы промежуточной аттестации**

Форма отчетности	Очная	Заочная
Зачет	2 семестр	1 курс

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Понятие маркетинговых коммуникаций и их место в комплексе маркетинга.**

Суть современного маркетинга. Сегментирование рынка, отбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные варианты и стратегии позиционирования.

Основные составляющие комплекса маркетинга: товарная, ценовая политика, политика и сбыта и его продвижения

Основные понятия, используемые для обозначения комплекса мер по воздействию на потребителей: ФОСТИС, продвижение, комплекс продвижения, маркетинговые коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации.

## **Тема 2. Классификация средств продвижения**

Реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг и личные продажи

ATL (размещение рекламы в средствах массовой информации: печатные СМИ, радио, телевидение, кино, наружная реклама (в т.ч. реклама на транспорте), а также indoor) и BTL (стимулирование сбыта среди торговых посредников, стимулирование сбыта среди потребителей, прямой маркетинг, special events, POS-материалы)

Факторы, влияющие на структуру комплекса продвижения

Расчет бюджета на продвижение

## **Тема 3. ATL. Медиапланирование**

Виды рекламы Цели рекламы. Классификация рекламных средств и их выбор. Расчет бюджета на рекламу Оценка эффективности

## **Тема 4 СТИС**

Основные направления и средства стимулирования сбыта. Формирование программы стимулирования сбыта. Оценка эффективности. Трайвертайзинг. Трансьюмеризм Ивент маркетинг Семплинг.

## **Тема 5 PR**

Понятие и основные инструменты. Инновационные элементы PR: Crazy PR. Life Placement. Storytelling. Трайвертайзинг.

## **Тема 6 Личные продажи**

Роль личных продаж. Различные стили личных продаж Психология продаж Сбытовое подразделение Процесс продажи.

## **Тема 7 Прямой маркетинг**

Формы и роль прямого маркетинга. Директ мейл. Маркетинг с использованием каталогов. Реклама прямого отклика. Интернет-маркетинг. Телемаркетинг. Маркетинговые исследования в Интернет. Web 2.0 Marketing

## **Тема 8. Мерчандайзинг.**

Эволюция мерчандайзинга

Методы управления восприятием покупателей. Способы формирования «импульса покупки». Категорийный мерчандайзинг Размещение товара в магазине

Размещение в магазине рекламно-информационных материалов POS-материалы

Организация переводных заказов

## **Тема 9. Современные технологии и инструменты продвижения**

Наружная реклама с использованием окружающей среды, в которой пребывает целевая аудитория: нетрадиционные, или альтернативные СМИ Ambient media

Скрытый (вирусный, партизанский) маркетинг. Слухи

Мобильный маркетинг

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.04 Научный семинар "Инновации в экономике, коммерции, управлении и  
ИКТ"**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы.**

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**



**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.ДВ.01.01 Управление предприятием в сфере коммерции**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 4 зачетных единиц.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.ДВ.01.02 Современные технологии в управлении**

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины** составляет 4 зачетных единиц.

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.ДВ.02.01 Страхование рисков в коммерческой деятельности**

*{Шифры, наименования дисциплин, порядок перечисления дисциплин строго по учебному плану.*

*Для каждой дисциплины из соответствующей РПД копируется следующая информация:*

- планируемые результаты обучения по дисциплине (таблица 1.1);*
- объем дисциплины (первый абзац раздела 2);*
- формы промежуточной аттестации (таблица 7.2 БЕЗ СТОЛБЦА «Обозначение»)*
- содержание дисциплины (из раздела 3, БЕЗ ОПИСАНИЯ практических занятий, лабораторных работ, самостоятельной работы)}*

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.**

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.ДВ.02.02 Бизнес-проектирование коммерческой деятельности**

*{Шифры, наименования дисциплин, порядок перечисления дисциплин строго по учебному плану.*

*Для каждой дисциплины из соответствующей РПД копируется следующая информация:*

- планируемые результаты обучения по дисциплине (таблица 1.1);*
- объем дисциплины (первый абзац раздела 2);*
- формы промежуточной аттестации (таблица 7.2 БЕЗ СТОЛБЦА «Обозначение»)*
- содержание дисциплины (из раздела 3, БЕЗ ОПИСАНИЯ практических занятий, лабораторных работ, самостоятельной работы)}*

**Результаты обучения по дисциплине**

**Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.**

**Формы промежуточной аттестации**

**Содержание дисциплины**