

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный государственный университет путей сообщения»

АННОТИРОВАННОЕ СОДЕРЖАНИЕ  
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
высшего образования

программа бакалавриата

направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль): Маркетинг

форма обучения: очно-заочная

Квалификация выпускника - бакалавр

Хабаровск

2023

**Аннотации (краткое содержание) дисциплин (модулей), практик, профессиональных модулей:**

Индекс	Наименование дисциплин и их основные разделы
Блок 1	<b>ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)</b>
	<b>Обязательная часть</b>
Б1.О.01	<p><b>История России</b>            Сущность, формы, функции исторического знания; исторические источники; этапы развития отечественной историографии; история России – неотъемлемая часть всемирной истории; проблема этногенеза восточных славян; основные этапы становления российской государственности (XI–XII вв.); Древняя Русь в системе международных отношений; особенности социального строя Древней Руси; социально-политические изменения в русских землях в XIII–XV вв.; Русь и Орда; специфика формирования единого российского государства; формирование сословной системы организации общества; становление самодержавия в России (XVI в.); Смутное время; «новый период» русской истории (XVII в.); реформы Петра I; дворцовые перевороты; эпоха Екатерины II; предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма; эволюция форм собственности на землю; крепостное право в России; Россия XVIII в. в системе международных связей; становление индустриального общества в России; общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в.; проблема экономического роста и модернизации; роль Российской империи в мировой политике; Россия в начале XX в.; политические партии России; Россия в условиях мировой войны и общенационального кризиса; революции 1917 г.; Гражданская война и интервенция; НЭП; формирование однопартийного политического режима; образование СССР; внешняя политика Советского государства в 1920-е гг.; социально-экономические преобразования в СССР в 1930-е гг.; СССР накануне и в начальный период Второй мировой войны; Великая Отечественная война; внешняя политика СССР в послевоенные годы; холодная война; попытки осуществления политических и экономических реформ; НТР и её влияние на ход общественного развития; СССР в середине 1960-х – середине 1980-х гг.; СССР в 1985–1991 гг.; распад СССР; становление новой российской государственности (1993–1999 г.); Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации; внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации.</p>
Б1.О.02	<p><b>Теория менеджмента: история управленческой мысли.</b>            Управление и менеджмент. Возникновение управленческой мысли и специфические проблемы истории управленческой мысли. Управленческая мысль древнего мира: Древнего Египта и Передней Азии; Древнего Китая; Древней Индии; Древней Греции и Древнего Рима. Управленческие революции. Управленческая мысль Византии. Управленческая мысль феодальной Западной Европы и Англии. Зарождение и становление управленческой мысли в России: Управленческая мысль Киевской Руси;</p>

	<p>Управленческая мысль Московской Руси; Юрий Крижанич и Афанасий Ордин Нащокин; Реформы Петра 1; И. Посошков и М. Ломоносов; Екатерина 11 и другие российские императоры. Возникновение и становление капитализма, управленческая мысль 18–19 веков: Учёные 18-19 веков об управлении (Р. Кантильон, А. Смит, Ж. Тюрго, Жан Батист Сэй, Э. Юр, Ш. Дюпин, Д. Милль, С. Ньюмен, В. Дживонс, Э. Лавеле, Карл Клаузевиц, Карл Маркс); Р. Оуэн и социальная ответственность бизнеса; Э. Уитни и Ч. Бэббидж. Управленческая мысль России в 19 веке: Управленческие идеи декабристов; Реформы Александра 11. Зарождение и формирование теорий и школ менеджмента: Ф. Тейлор и школа научного управления; А. Файоль и административная школа управления; Школа человеческих отношений; Школа поведенческих наук; Синтетические концепции управления (Д. Муни и А. Рейли; Л. Гьюлик и Л. Урвик). Советская управленческая мысль: Становление советской управленческой мысли в 20-е годы XX века (“военный коммунизм”, “н.э.п.”, Н.А.Витке, А.В.Чаянов, А.А.Богданов, О.А.Ерманский, А.К.Гастев); Советская управленческая мысль в 30-50-е годы XX века; Хозяйственная реформа 1965 года; Хозяйственная реформа 1979 года. Управление и власть. Стили управления. Концепции лидерства. Культура и этика в управлении. Факторы, определяющие особенности менеджмента в различных странах. Японский и американский менеджмент, теория «Z».</p>
Б1.О.03	<p><b>Информатика</b>  Цифровая грамотность: сообщения, данные, сигнал, атрибутивные свойства информации, показатели качества информации, формы представления информации. Системы передачи информации. Меры и единицы количества и объёма информации. Состав и назначение основных элементов персонального компьютера, их характеристики. Запоминающие устройства: классификация, принцип работы, основные характеристики. Устройства ввода/вывода данных, их разновидности и основные характеристики. Понятие системного и служебного (сервисного) программного обеспечения: назначение, возможности, структура. Операционные системы. Файловая структура операционных систем. Операции с файлами. Коммуникационная грамотность: сетевые технологии обработки данных. Основы компьютерной коммуникации. Принципы организации и основные топологии вычислительных сетей. Сетевой сервис и сетевые стандарты. Интернет как глобальная сеть. Интернет-адреса (IP4 и IPv6). Протокол TCP/IP. HTTP, HTML и браузеры. Web-адреса (структура URL). DNS. Интернет вещей. Понятие об облачных технологиях. Создание цифрового контента: технологии обработки текстовой информации. Электронные таблицы. Технологии обработки графической информации. Средства электронных презентаций. Основы баз данных и знаний. Совместная работа над документами в облачных сервисах. Разработка сайтов при помощи конструкторов. Основные сведения о языках программирования и базовых алгоритмических конструкциях. Структурное и объектно-ориентированное программирование. Решение задач по анализу и визуализации</p>

	данных средствами электронных таблиц и языков программирования. Основы информационной безопасности: основные понятия информационной безопасности. Виды угроз информационной безопасности и способы защиты от них. Онлайн мошенничество и персональные данные. Угрозы в сети Интернет.
Б1.О.04	<p><b>Иностранный язык</b></p> <p>Фонетика. Основные особенности полного стиля произношения. Специфика артикуляции звуков и ударение в словах. Чтение транскрипции. Интонация и ритм английского предложения. Лексика. Лексический минимум, охватывающий сферу повседневного и академического общения. Основные способы словообразования. Понятие о свободных и фразеологических словосочетаниях. Грамматика. Основные грамматические явления, характерные для устной и письменной речи, обеспечивающие коммуникацию без искажения смысла. Страноведение. Культура и традиции стран изучаемого языка. Правила речевого этикета. Говорение. Диалогическая и монологическая речь с использованием наиболее употребительных и простых лексико–грамматических средств в ситуациях повседневного и академического общения. Основы публичной речи: устное сообщение, презентация. Аудирование. Понимание диалогической и монологической речи в сфере повседневной и академической коммуникации. Чтение. Аналитическое, ознакомительное, поисковое чтение несложных познавательных аутентичных текстов разнообразной тематики. Письмо. Виды эссе: повествование, описание, рассуждение, аргументация.</p>
Б1.О.05	<p><b>Экономика</b></p> <p>Предмет и метод экономической теории. Введение в микроэкономику. Основы теории спроса и предложения. Поведение потребителя и потребительский выбор. Фирма как особый экономический агент. Альтернативные цели фирмы. Издержки и результаты производства фирмы. Модели рыночных структур. Поведение фирмы совершенного конкурента. Монополия. Олигополия и монополистическая конкуренция. Рынки факторов производства: рынок труда, капитала и земли. «Провалы рынка». Внешние эффекты. Общественные блага. Введение в макроэкономику. Основные макроэкономические показатели. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения. Модель равновесия «доходы – расходы». Денежный рынок. Равновесие на денежном рынке. Макроэкономическая нестабильность. Безработица и инфляция. Бюджетно-налоговая политика государства. Денежно - кредитная политика государства. Экономический рост. Макроэкономическое равновесие в открытой экономике.</p>
Б1.О.06	<p><b>Теория менеджмента: теория организации</b></p> <p>Теория организации и ее место в системе научных знаний. Организация как объект изучения. Эволюция взглядов на организацию и управление. Организация как система. Организация как объект управления. Законы организационной деятельности. Принципы организационной деятельности.</p>

	<p>Организационные структуры. Проектирование и развитие организационных структур. Организационная культура. Перспективные направления развития организаций.</p>
Б1.О.07	<p><b>Статистика</b>          Статистические методы моделирования и прогнозирования социально-экономических явлений и процессов; социально-экономическая статистика: статистика населения, системы статистических показателей отраслей и секторов экономики, статистика рынка труда, статистика национального богатства, анализ эффективности функционирования предприятий и организаций, экономической конъюнктуры, статистические методы исследования уровня жизни населения; система национальных счетов: статистическая методология построения национальных счетов, балансов и системы показателей, характеризующих экономические процессы на макро-уровне; статистика финансов: методология финансово-экономических расчетов и их использование в статистическом анализе, статистика государственных финансов, системы статистических показателей финансовой деятельности предприятий и организаций, статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен, банковской и биржевой деятельности, страхования, налогов и налогообложения.</p>
Б1.О.08	<p><b>Теория менеджмента: организационное поведение</b>          Организационное поведение как наука. Индивидуальные отличия в подходах людей к работе. Вхождение сотрудника в организацию. Теории удовлетворенности работой. Отношение к работе. Социально значимое поведение. Причастность к делам организации. Понятие трудовой мотивации. Элементы трудовой мотивации. Глубинная и поверхностная мотивация. Теории трудовой мотивации. Создание мотивирующей работы. Создание среды, мотивирующей работу. Природа организаций. Типология организаций. Организация как социальная среда. Группа – как объект управления. Группообразования. Динамика группы. Управление групповым поведением. Командообразование. Типология команд. Управление группами и командами. Типы рабочих групп и групповая эффективность, потенциальный показатель. работы. Трудовая пассивность и пути ее сокращения. Влияние групповой сплоченности на показатели работы. Руководство как воздействие и его разновидности. Авторитет и власть как инструменты воздействия. Лидерство. Источники формальной и неформальной власти и политические приемы в организации. Развитие корпоративной культуры и ее влияние на организационную эффективность. Изменения в организации. Управление изменениями. Нововведения как фактор сопротивления персонала Управление нововведениями в организации. Управление сопротивлениями персонала. Стресс. Источники организационных конфликтов. Динамика конфликта. Приемы управления конфликтом на личном и организационном уровне. Способы предупреждения организационных конфликтов.</p>
Б1.О.09	<p><b>Философия</b>          Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы</p>

	<p>философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания. Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм, Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс: личность и массы; свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представление о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.</p>
Б1.О.10	<p><b>Деловые коммуникации</b>          Коммуникации в управлении: сущность, понятие. Коммуникационный процесс: элементы, этапы, каналы, уровни, функции. Основные виды коммуникаций. Массовые коммуникации. Средства внутриорганизационных коммуникаций. Организация специальных событий: презентации, конференции, церемонии открытий, выставки, ярмарки, брифинги, пресс-конференции. Информация: понятие, виды. Средства массовой информации. Речевая коммуникация: структурно-функциональный подход к качествам речи. Речевые тактики. Ораторское искусство(риторика). Построение публичного выступления. Методика « 5С» коммуникаций. Виды и техника слушания. Составляющие и слагаемые активного слушания. Приемы слушания. Типы и характеристика проблемных слушателей. Дистантные коммуникации. Социально-психологические рекомендации. Психологические приемы эффективных коммуникаций. Классификация причин неэффективных коммуникаций. Неэффективные коммуникации как причина возникновения конфликтов. Структура, модель, динамика, этапы конфликтов в организации. Последствия конфликтов. Модели поведения и типы конфликтных личностей. Технология управления процессом протекания конфликтов: формы, стили, методы. Профилактика конфликтов.</p>
Б1.О.11	<p><b>Основы маркетинга</b>          Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.</p>

	<p>Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя. Маркетинговые исследования. Сегментирование: цели, признаки сегментирования; методика. Выбор целевого рынка и разработка стратегии сегментирования. Позиционирование. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение. Комплекс маркетинга в сфере услуг. Разработка товарной политики, ценовой политики, сбытовой политики, коммуникативной политики. Жизненный цикл товара. Разработка новых товаров. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Организация деятельности маркетинговых служб.</p>
Б1.О.12	<p><b>Управление человеческими ресурсами</b>  Система управления человеческими ресурсами. Субъекты системы управления человеческими ресурсами. Система методов управления персоналом, их классификация, области применения. Сущность, состав и взаимосвязь административных, экономических и социально-психологических методов управления персоналом. Влияние человеческих ресурсов на качество работы организации. Эволюция и концептуальные источники науки управления человеческими ресурсами. Стратегическое управление человеческими ресурсами. Кадровая политика в системе стратегического УЧР. Типология стратегий управления человеческими ресурсами. Управление интеллектуальным капиталом в контексте управления человеческими ресурсами. Маркетинг персонала. Формирование человеческих ресурсов. Политика найма человеческих ресурсов. Проектирование условий деятельности персонала. Управление высвобождением сотрудников. Управление показателями эффективности деятельности человеческих ресурсов организации.</p>
Б1.О.13	<p><b>Безопасность жизнедеятельности</b>  Человек и опасности в техносфере. Номенклатура опасностей, их идентификация, классификация и нормирование. Риск-ориентированный подход в управлении техносферной безопасностью. Система управления охраной труда на предприятии. Специальная оценка условий труда. Расследование и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Электробезопасность. Защита от поражения электрическим током. Пожарная безопасность на предприятии. Первая помощь пострадавшим. Природоохранная деятельность на предприятии. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Классификация чрезвычайных ситуаций. Организационная структура, силы и средства РСЧС. Организация защиты населения и территорий от ЧС. Антитеррористическая деятельность. Гражданская оборона в условиях мирного и военного времени. Организация, структура и силы ГО. Планирование мероприятий ГО. Государственный надзор в области ГО.</p>
Б1.О.14	<p><b>Управление проектами в профессиональной деятельности</b>  Сущность, цель и задачи предмета. Взаимосвязь предмета с функциональным, стратегическим, инновационным менеджментом. Сущность проекта. Предпринимательская сущность проектов. Концепция проекта. Миссия проекта.</p>

	<p>Планирование проекта. Стратегические цели и стратегии реализации проекта. Роль и значение проектов на современном этапе. Классификация проектов. Характеристики проектов. Жизненный цикл проекта. Инновационная и инвестиционная сущность проекта. Команда и участники проекта. Структура проекта. Сущность системы управления проектами. Основные функции и подсистемы управления. Управление ресурсами проекта. Управление временем проекта. Управление материально-техническим обеспечением проекта. Сущность внешней среды окружения проекта. Основные факторы влияния. Проекты как открытые социально-экономические системы. Особенности управления проектами в нестабильных условиях. Основные направления и тенденции развития системы управления проектами на современном этапе.</p>
Б1.О.15	<p><b>Физическая культура и спорт</b>  Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Законодательство Российской Федерации о физической культуре и спорте. Физическая культура личности. Основы здорового образа жизни студента. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.</p>
Б1.О.16	<p><b>Государственное регулирование и институциональная экономика</b>  Эволюция теории государства и права. Экономические последствия правовых отношений, экономика права. Принципиальные отличия понятий регулирования и управления. Цель и задачи процесса государственного регулирования экономики. Субъектно-объектная модель взаимодействия государства и хозяйствующего субъекта. Институциональная модель регулирования системы. Понятие государственного института. Сервисная концепция государства. Институциональная система. Понятие транзакции в процессе государственного регулирования. Транзакционные издержки, подходы к их сокращению. Экономические эффекты и факторы государственного регулирования. Колебательно-маятниковый механизм государственного регулирования.</p>
Б1.О.17	<p><b>Маркетинговые коммуникации</b>  Комплекс маркетинговых коммуникаций (4P, 7P). Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства. Связи с общественностью (PR). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение</p>

	деловых переговоров и работа торгового агента. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.
Б1.О.18	<p><b>Аналитика и стратегическое управление в цифровой среде</b></p> <p>Классическая концепция стратегического управления. Система и принципы стратегического менеджмента. Формирование миссии и стратегических целей. Логика управления по целям. Современные процессы цифровой трансформации. Стратегическое управление и формирование стратегии предприятия в цифровой среде. Четыре элемента успешной цифровой трансформации бизнеса. Взаимосвязь стратегии, бизнес-модели, бизнес- и ИТ-архитектуры предприятия. Типология цифровых бизнес-моделей. Инструменты стратегического управления цифровой трансформацией предприятия. Классические инструменты анализа внешней среды: PESTLE-анализ, анализ конкурентных сил по модели М. Портера. Анализ внутренней среды предприятия и оценка его конкурентоспособности. SWOT-анализ. Портфельный анализ. Методики портфельного анализа: БКГ, GE/McKinsey. Корпоративные стратегии развития бизнеса. Функциональные стратегии. Конкурентные стратегии. Формирование конкурентных преимуществ предприятия в цифровой среде. Инструменты аналитики в цифровой среде</p>
Б1.О.19	<p><b>Цифровой маркетинг</b></p> <p>Цифровой (digital) маркетинг как маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Преимущества и ограничения использования цифрового маркетинга. Применение оффлайн-каналов в цифровом маркетинге: реклама на цифровых tv-каналах и в мобильных приложениях; интерактивные экраны в городском пространстве; SMS-рассылка и листовки с QR-кодом. Применение онлайн-каналов: корпоративный сайт; использование социальных сетей; использование мобильных приложений; контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, блоггинг); email-маркетинг. Важность потребительской ценности и создание «аватара» потребителя. Этапы пути потребителя и подготовка «дорожной» карты. Лиды, клиенты, промоутеры и защитники бренда. Постановка целей цифрового маркетинга и определение типа цифровой маркетинговой компании. Создание различных типов выигрышных предложений: создание безусловного предложения; создание условного предложения; разработка предложений с большой скидкой; максимизация прибыли. Сущность и динамика контентного маркетинга. Жизненный цикл контента. Контентный маркетинг на разных стадиях маркетинговой воронки. Этапы проведения контентного маркетинга.</p>
Б1.О.20	<p><b>Системы электронного документооборота</b></p> <p>Анализ систем электронного документооборота. Электронный документооборот, традиционный и современный подход к автоматизации. Анализ задач автоматизации документооборота и современных методик управления. Оценка эффективности автоматизации документооборота. Модель управления СЭД. Организация работы с документами. Схема движения и</p>

	<p>технология обработки документов. Управление электронными документами: прием; регистрация; рассылка; контроль исполнения; формирование дел; хранение и повторное использование документации; организации поиска, маршрутизации и администрирования электронного документооборота. Применения инструментальных средств офисных информационных технологий при работе с электронными документами.</p>
Б1.О.21	<p><b>Логистика</b>  Предмет, цель, содержание, задачи, структура и взаимосвязь курса с другими экономическими дисциплинами. Определение понятия и основные области применения понятия «логистика». Этапы развития логистики. Функциональная взаимосвязь логистики с маркетингом. Основные концепции логистики и необходимость рационализации хозяйственной деятельности путем оптимизации потоковых процессов. Понятие и виды материальных потоков. Правила логистики. Логистические операции. Классификация издержек в логистике. Концепция полной стоимости в логистике. Организационная структура логистики на предприятии. Показатели логистики. Логистика и стратегическое планирование. Понятие логистической системы. Виды и принципы построения логистических систем. Использование системного подхода в процессе управления материальным потоком. Сущность и задачи закупочной логистики. Задача "сделать или купить". Задача выбора поставщика. Понятие производственной логистики. Традиционная и логистическая концепции организации производства. Толкающие и тянущие системы управления материальными потоками. Понятие и задачи распределительной логистики. Логистические каналы и логистические цепи. Возвратная и «зеленая логистика». Аутсорсинг в логистике. Сущность и задачи транспортного обеспечения логистики. Выбор перевозчика. Информационные потоки в логистике. Требования к информационным системам в логистике. Информационные технологии в логистике. Понятие логистического сервиса. Определение оптимального объема уровня логистического сервиса. Критерии качества логистического сервиса. Понятие и основные виды материальных запасов. Основные причины создания запасов. Измерение размера запасов. Определение оптимального размера текущего запаса. Затраты на создание и хранение запасов. Определение размера страховых запасов. Общая характеристика и параметры основных систем контроля состояния запасов. Анализ ABC. Виды и функции складов. Определение оптимального количества и мест расположения складов на обслуживаемой территории. Виды и организация складских операций. Понятие грузовой единицы, её роль в логистике и характеристики.</p>
	<p><b><i>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</i></b></p>
Б1.В.01	<p><b>Элективные курсы по физической культуре и спорту</b>  Методика эффективных и экономичных способов овладения жизненно-важными умениями и навыками двигательной активности. Методика составления и проведения простейших</p>

	<p>самостоятельных занятий физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития (стандарты, индексы, номограммы). Методы самоконтроля за функциональным состоянием организма (функциональные пробы). Методика корригирующей гимнастики для глаз. Основы методики самомассажа. Методы регулирования психоэмоционального состояния, применяемые при занятиях физической культурой и спортом. Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Методика проведения производственной гимнастики с учетом характера труда. Физическое воспитание в обеспечении здоровья занимающихся. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений (легкая атлетика, гимнастика, спортивные игры, плавание). Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта. Тестирование основных физических качеств (тест на скоростно-силовую подготовленность, тест на общую выносливость, тест на силовую подготовленность). Основы методики организации судейства по избранному виду спорта. Методика самостоятельного освоения отдельными элементами профессионально-прикладной физической подготовки.</p>
Б1.В.02	<p><b>Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации</b>          Коммуникации и софт скиллс, работа с источниками информации, нормы русского языка, культура речи, спор и аргументация, ораторское мастерство, стили языка, стилистические особенности официально-делового стиля, виды документов, деловое общение.</p>
Б1.В.03	<p><b>Документационное обеспечение управления</b>          История развития системы государственного делопроизводства. Нормативно – методическая база делопроизводства. Основные понятия и терминология делопроизводства. Общие правила оформления документов. Требования к оформлению реквизитов документа. Система организационно – правовой документации. Система распорядительной документации. Система справочно – информационной документации. Система информационно – справочной документации. Система справочно – аналитической документации. Официально – личные документы. Требования к текстам документов. Систематизация и обеспечение сохранности документной информации. Хранение документов в оперативной деятельности и формирование дел. Архивное хранение документов и дел.</p>
Б1.В.04	<p><b>Социология</b>          Социология как наука. Социологические исследования. Социологический анализ общества. Социальное неравенство и социальная структура общества. Социальная стратификация и социальная мобильность. Социальные изменения. Социология культуры. Социология личности, социализация. Социальное взаимодействие, социальный контроль и девиация.</p>

Б1.В.05	<p><b>Социальная психология</b>  Социальная психология как наука. История формирования социально-психологических идей. Социально-психологические теории. Социальная психология личности: понятие личности, Я-концепция и самооценка, концепции социальной роли, выполнение социальной роли, саморегуляция. Закономерности общения и взаимодействия людей. Внутригрупповые коммуникации. Психология социального познания. Психология социального влияния. Психология малой группы. Конформизм. Социальная установка.</p>
Б1.В.06	<p><b>Правоведение</b>  Государство и право: понятия, признаки, функции; норма права; источники права; система права; правоотношение; правонарушение; юридическая ответственность. Основы конституционного права РФ. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Основы семейного права. Основы экологического права. Основы информационного права. Основы уголовного права. Правовые формы противодействия коррупции, экстремизму, терроризму. Правовые основы профессиональной деятельности.</p>
Б1.В.07	<p><b>Иностранный язык в профессиональной сфере</b>  Дифференциации лексики по сферам применения: общеупотребительная, официальная, общенаучная, терминологическая. Основные грамматические правила и явления, характерные для устной и письменной речи, преобразующие лексические единицы в адекватное коммуникативное высказывание без искажения смысла. Понятие о функциональных стилях и их классификация: разговорный, официально-деловой, публицистический, научно-технический, стиль художественной литературы. Основные особенности научно-технического стиля. Чтение, понимание, перевод аутентичных текстов по широкому и узкому профилю специальности. Анализ композиционной и смысловой структуры специальных текстов. Логико-смысловая компрессия текста или статьи: аннотация, реферат. Работа с электронными словарями Abbyy Lingvo, Multitran. Монологическое и диалогическое высказывание в сфере академической, официально-деловой и профессиональной коммуникации. Основы публичной речи: устное сообщение, доклад, презентация.</p>
Б1.В.08	<p><b>Управление электронным бизнесом</b>  Классификация и особенности электронного бизнеса. Основные подходы к созданию компаний в электронном бизнесе. Основные виды электронного бизнеса. Платежные системы и денежные расчеты в электронном бизнесе. Управление электронным бизнесом. Бизнес-планирование в электронном бизнесе. Финансовый менеджмент в интернет-компании. Реклама в электронном бизнесе. Другие средства продвижения товаров и услуг в электронном бизнесе.</p>
Б1.В.09	<p><b>Маркетинговые исследования</b>  Понятие и сущность маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. Выявление проблемы, формулирование целей и задач исследования. Определение</p>

	<p>места проведения исследования. Инструменты исследования. Выборка и ее виды. Способы связи с аудиторией. Сбор информации: количественные и качественные методы, микс-методики. Анализ собранной информации. Подготовка отчета об исследовании. Особенности и способы проведения маркетингового исследования в цифровой среде.</p>
Б1.В.10	<p><b>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</b>  Особенности маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; проведения маркетинговых исследований на рынке товаров и услуг; маркетинговая деятельность отраслей промышленности и внепроизводственной сферы, выявление резервов повышения эффективности деятельности; особенности сегментации рынка в различных отраслях и сферах деятельности; исследование конкурентов в отраслях и сферах деятельности; изучение внешней и внутренней маркетинговой среды; комплекс маркетинговых коммуникаций в отраслях промышленности и сферах деятельности.</p>
Б1.В.11	<p><b>Бренд-менеджмент</b>  Эволюция концепций «торговая марка» и «бренд». История развития брендинга. Взаимосвязь и различия понятий о бренде и торговой марке. Срок жизни бренда. Основные понятия бренд-менеджмента. Способы создания торговой марки. Популярность брендов. Процесс создания бренда. Создание имиджа организации. Архитектура брендинга. Создание системы приверженности потребителей к бренду. Процесс формирования стратегии управления активами бренда. Брендинг как перспективное направление рекламной деятельности. Управление активами бренда. Решения в области ассортимента. Разработка новых товаров.  Марочные стратегии. Оценка стоимости и лояльности потребителей к бренду. Бренд-менеджер и составление бренд-плана. Юридическая защита бренда. Нормативно-правовая база работы с товарными знаками. Реализация мероприятий по защите бренда. Мировой опыт брендинга. Опыт и тенденции европейского и американского брендинга. Особенности брендинга в Японии. Опыт, проблемы и перспективы брендинга в России.</p>
Б1.В.12	<p><b>Интернет-маркетинг</b>  Сущность интернет-маркетинга и его отличие от цифрового (digital) маркетинга. Каналы интернет-маркетинга. Исследование потребителя в Интернет-маркетинге. Анализ брифа и ресурсов заказчика. Анкетирование и интервьюирование аудитории. Сбор данных с помощью веб-аналитики. Исследование конкурентов в сети интернет. Необходимость исследования конкурентов. Анализ конкурентов через Similar-Web. Анализ конкурентов в соцсетях с помощью Popsters. Анализ конкурентов вручную. Таргетированная и контекстная реклама. Цели и задачи таргетированной рекламы. Сущность контекстной рекламы. Контекстный таргетинг. Семантическое ядро. Таргетинг, трафик-бумеранг и ретаргетинг рекламы. Использование платного трафика в интернет-маркетинге. «Температура трафика» и выбор платформы для</p>

	<p>цифровой рекламы. Сегментирование аудитории и контента. Куки и пиксели. Оптимизация кампаний с платным трафиком. Генерация трафика на веб-сайт. Типы лендингов (страница захвата лидов и продающая страница). Формы создания продающей страницы (продающее письмо и продуктовая страница). Процесс написания продающего письма. Элементы успешных продуктовых страниц. Критерии оценки лендинга. Социальные сети в интернет-маркетинге. Цикл успеха в социальных сетях (социальное слушание; социальное влияние; установление полезных контактов; социальные продажи). Методика создания и ведения блога, способного положительно влиять на финансовые результаты. Организация работы со сторонними авторами. Написание заголовков, заинтересовывающих аудиторию. Организация аудита блога. Разработка идей для блог-постов. Использование блога для сотрудничества с лидерами мнений. Основы поискового маркетинга. Основные категории поисковых запросов. Анализ поисковых запросов. Оптимизация поискового трафика на популярных сайтах (теги, метаописания и URL). Привлечение роботов поисковых машин для оптимизации. Email-маркетинг. Типы маркетинговых писем и формирование календаря продвижения. Типы Email-кампаний и их сущность. Порядок написания и оформления электронного письма. Основные метрики рекламной аналитики.</p>
Б1.В.13	<p><b>Международный маркетинг</b>  Цифровой (digital) маркетинг как маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Преимущества и ограничения использования цифрового маркетинга. Применение оффлайн-каналов в цифровом маркетинге: реклама на цифровых тв-каналах и в мобильных приложениях; интерактивные экраны в городском пространстве; SMS-рассылка и листовки с QR-кодом. Применение онлайн-каналов: корпоративный сайт; использование социальных сетей; использование мобильных приложений; контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, блоггинг); email-маркетинг. Важность потребительской ценности и создание «аватара» потребителя. Этапы пути потребителя и подготовка «дорожной» карты. Лиды, клиенты, промоутеры и защитники бренда. Постановка целей цифрового маркетинга и определение типа цифровой маркетинговой компании. Создание различных типов выигрышных предложений: создание безусловного предложения; создание условного предложения; разработка предложений с большой скидкой; максимизация прибыли. Сущность и динамика контентного маркетинга. Жизненный цикл контента. Контентный маркетинг на разных стадиях маркетинговой воронки. Этапы проведения контентного маркетинга.</p>
Б1.В.ДВ.01	<p><b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01</b></p>
Б1.В.ДВ.01.01	<p><b>Тайм-менеджмент.</b>  Введение в тайм-менеджмент: тайм-менеджмент как подсистема управления организацией. Сущность и содержание тайм-менеджмента, его роль в практической деятельности</p>

	<p>современного менеджера и влияние на деятельность организации. История становления и развития тайм-менеджмента. Инструменты тайм-менеджмента. Хронометраж как система учета и контроля расходов времени: определение понятия, суть, задачи. Техника хронометража. Поглотители времени, способы минимизация неэффективных расходов времени. Контекстное планирование. Планирование дня. Долгосрочное планирование. Метод структурированного внимания и горизонты планирования. Техника планирования "день-неделя". Двумерные графики как инструмент планирования и контроля в тайм-менеджменте. Майнд-менеджмент. Работоспособность человека и биоритмы. Правила эффективного отдыха. Методы и способы самонастройки, техника "якорения". Решение больших трудоемких задач. Решение мелких неприятных задач. Стратегии избавления от навязанной срочности и важности. Корпоративный тайм-менеджмент.</p>
Б1.В.ДВ.01.02	<p><b>Организационная культура.</b>  Организационная культура. Организационная культура как социальное явление. Культура как социальный феномен, структурный и функциональный элемент общественной жизни. Элементы культуры, культурные комплексы и конфигурации. Современные теоретические представления об «организационной культуре». Экономика знаний и корпоративная культура. Сущность и структура организационной культуры. Компоненты организационной культуры: идеально символические и материальные. Базовые идеи и ценности как ядро организационной культуры. Измерения и уровни организационной культуры. Неоднородность организационной культуры. Организационные субкультуры, понятие и виды субкультур. Виды и причины возникновения контркультур. Аналитический подход к изучению организационной культуры. Функции организационной культуры. Типология организационных культур. Факторы формирования организационной культуры. Динамическая модель организационной культуры Э.Шейна. Проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции. Внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование организационной культуры. Методы формирования и поддержания организационной культуры. Проблемы и методы поддержания организационной культуры. Кодексы корпоративной культуры, система организационных ритуалов, фирменный стиль и его составляющие, корпоративные стандарты поведения. Инструменты внутреннего PR в поддержании организационной культуры. Проблемы изменения организационной культуры. Методы изменения организационной культуры. Организация управления развитием организационной культуры. Сущность и этапы процесса управления развитием организационной культурой. Принципы управления развитием организационной культуры. Методологические проблемы диагностики культуры. Основные методы диагностики организационной культуры. Примеры конкретных методик диагностики. Система управления функционированием и развитием организационной культуры. Разработка программы развития организационной культуры.</p>

	Управление развитием организационной культуры как функция специалистов по управлению персоналом.
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02</b>
Б1.В.ДВ.02.01	<b>Государственное и муниципальное управление</b> Теории государства. Государство как субъект управления. Система органов государственного управления. Государственная экономическая политика. Региональное и муниципальное управление. Региональное взаимодействие и интеграция. Вертикаль и горизонталь власти. Программы социально-экономического развития. Общественные расходы. Бюджет. Налоговая система. Регулирование рынков.
Б1.В.ДВ.02.02	<b>Управление социально-трудовыми отношениями.</b> Понятие системы социально – трудовых отношений. Система социального партнерства. Методологические аспекты социального партнерства: текущее состояние социального партнерства в России. Государственное регулирование социально – трудовых отношений. Государственные и отраслевые отношения. Государственные органы по вопросам регулирования социально – трудовых отношений и их функции. Коллективный договор. Социальные вопросы управления персоналом. Социальные гарантии, льготы, компенсации. Социальное страхование. Государственный социальный пакет. Социальное развитие организации. Корпоративный социальный пакет. Государственные и корпоративные социальные программы. Построение системы стимулирования персонала. Социальные методы управления в системе стимулирования персонала. Социальное планирование.
Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03</b>
Б1.В.ДВ.03.01	<b>Деловой иностранный язык</b> Изучение профессионального аспекта иностранного языка, предполагающего освоение базовых экономических понятий в письменных и устных видах речевой деятельности. Лексические и коммуникативные особенности использования в профессиональном общении таких понятий как: Микро/макроэкономика. Спрос и предложение. Предприниматель в рыночной экономике. Менеджмент рисков. Рынок труда. Мировое распределение рабочей силы в экономике. Производство и маркетинг. Роль труда в бизнесе. Рынок денег. Структура компании. Трудоустройство. Стили международного бизнеса. Экология и бизнес. Определение управления предприятием, управления производством, кадровый менеджмент, терминология маркетинга, логистики, стратегия предприятия, концепции логистики, обслуживание покупателя/клиента, информационные потоки, цикл заказа, функциональный менеджмент, бухгалтерский учет и аудит, финансовый менеджмент и финансовый анализ, закупки, сбыт, управление материальными потоками и материальными запасами, транспортное и складское хозяйство.
Б1.В.ДВ.03.02	<b>Основы межкультурной коммуникации</b> Понятие культуры и его эволюция. Деловые культуры в международном бизнесе и проблемы межкультурной коммуникации. Культура и коммуникация. Основные этапы развития теории межкультурной коммуникации. Основные теории межкультурной коммуникации и их использование в

	<p>межкультурном менеджменте. Межперсональная интеракция в условиях деловой межкультурной коммуникации. Лингвистические проблемы деловой межкультурной коммуникации. Проблема понимания в деловой межкультурной коммуникации. Стратегии и модели достижения взаимопонимания в международном бизнесе в условиях межкультурной коммуникации. Взаимодействие компонентов информации в процессе делового межкультурного общения.</p>
Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.04</b>
Б1.В.ДВ.04.01	<p><b>Вычислительная техника и сети</b>  Эволюция компьютерных сетей. Общие принципы построения компьютерных сетей. Структура глобальной сети Интернет. Общие принципы коммутации. Архитектура и стандартизация сетей. Принципы организации локальных и глобальных сетей ЭВМ. Локальные вычислительные сети. Структура и принципы их построения. Виртуальные локальные сети. Беспроводные локальные сети. Локальные, сетевые адреса и доменные имена. Языки процедурного и объектно-ориентированного программирования.</p>
Б1.В.ДВ.04.02	<p><b>Базы данных и корпоративные информационные системы</b>  Системы баз данных и СУБД, используемые для работы с базами данных масштаба крупной организации. Основные требования к корпоративным СУБД. Виды современных корпоративных СУБД. Использование СУБД Oracle для создания корпоративных систем баз данных.</p>
Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.05</b>
Б1.В.ДВ.05.01	<p><b>Управление медиаканалами</b>  Понятие массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие. Структура коммуникативного сообщения. 2. Система и современные тенденции развития СМИ. Деятельность медиа-холдингов. 3. Формирование и специфика массовых настроений. 4. Массовое сознание и механизмы массовой психологии. 5. Управление коммуникациями товара-новинки. Процесс «диффузии инноваций». 6. Построение медиа рилейшнз компании. Взаимодействие со СМИ, методы и формы. Формирование долговременных отношений. Информационное спонсорство. 7. Управление новостью в медиа-канале. 8. Планирование медиа-рилейшнз. 9. Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам.</p>
Б1.В.ДВ.05.02	<p><b>Медиапланирование</b>  Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Профессиограмма медиапланера. Основные этапы медиаланирования. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике. Программное обеспечения медиапланирования и принципы отбора медианосителей. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании</p>
Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.06</b>
Б1.В.ДВ.06.01	<p><b>Медийная реклама</b>  Процесс создания и размещения медийной рекламы на различных</p>

	<p>дисплеях, диапазон форматов отображения рекламы и способы выбора наиболее подходящего рекламного формата для целевой аудитории предприятия. Показатели CPM, CPC, CPL и CPA и другие медиапоказатели. Использование процесса медиа-планирования для получения максимально возможной прибыли от рекламных усилий. Оптимизация рекламной кампании.</p>
Б1.В.ДВ.06.02	<p><b>Медийная реклама (адаптированный курс)</b>  Дисциплина представляет собой адаптированной элемент образовательной программы, направленный на индивидуальную коррекцию учебных и коммуникативных умений и способствующий социальной и профессиональной адаптации обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Данная дисциплина для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий: - для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (свободное передвижение по аудитории во время занятия, меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам); - для лиц с нарушениями слуха (посадка на первой – второй парте; обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде); - для лиц с нарушениями зрения (посадка на первой – второй парте; обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде). Процесс создания и размещения медийной рекламы на различных дисплеях, диапазон форматов отображения рекламы и способы выбора наиболее подходящего рекламного формата для целевой аудитории предприятия. Показатели CPM, CPC, CPL и CPA и другие медиапоказатели. Использование процесса медиа-планирования для получения максимально возможной прибыли от рекламных усилий. Оптимизация рекламной кампании.</p>
Б1.В.ДВ.07	<p><b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.07</b></p>
Б1.В.ДВ.07.01	<p><b>Поисковая оптимизация сайтов (SEO)</b>  Основные принципы и методы поискового продвижения. Принципы работы поисковых систем Яндекс и Google; подбор семантического ядра (поисковых запросов); факторы, влияющие на позиции сайта в выдаче (внутренние, внешние, поведенческие); методы и приемы, позволяющие продвинуть сайт (техническая оптимизация, работа с контентом, ссылками); улучшение функциональных элементов сайта (каталоги, формы, калькуляторы, конфигураторы); работа со ссылками; инструменты для оценки результатов продвижения; выявления проблем с сайтом и анализа конкурентов.</p>
Б1.В.ДВ.07.02	<p><b>Поисковая оптимизация сайтов (SEO) (адаптированный курс)</b>  Дисциплина представляет собой адаптированной элемент образовательной программы, направленный на индивидуальную коррекцию учебных и коммуникативных умений и способствующий социальной и профессиональной адаптации обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Данная дисциплина для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий: - для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (свободное передвижение по аудитории во время занятия, меньший объём</p>

	<p>практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам); - для лиц с нарушениями слуха (посадка на первой – второй парте; обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде); - для лиц с нарушениями зрения (посадка на первой – второй парте; обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде). В процессе обучения студенты с ОВЗ изучают: основные принципы и методы поискового продвижения. Принципы работы поисковых систем Яндекс и Google; подбор семантического ядра (поисковых запросов); факторы, влияющие на позиции сайта в выдаче (внутренние, внешние, поведенческие); методы и приемы, позволяющие продвинуть сайт (техническая оптимизация, работа с контентом, ссылками); улучшение функциональных элементов сайта (каталоги, формы, калькуляторы, конфигураторы); работа со ссылками; инструменты для оценки результатов продвижения; выявления проблем с сайтом и анализа конкурентов.</p>
Блок 2	<b>ПРАКТИКА</b>
	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
Б2.В.01(У)	<p><b>Ознакомительная практика</b>  Вид практики: учебная.  Способ проведения: стационарная, выездная.  Форма проведения: дискретно.  Формирование и развитие у студентов устойчивого интереса к профессиональной управленческой деятельности. Формирование потребности в самообразовании и творческом подходе к практической деятельности. Ознакомление с деятельностью организации, структурой управления и функциями основных подразделений. Описание наиболее общих, ключевых характеристик анализируемого объекта. Ознакомление со спецификой деятельности управленцев в различных функциональных областях деятельности организации. Освоение методов наблюдения, анализа и обобщения опыта работы менеджеров и руководителей организаций. Формирование навыков публичных выступлений и деловой переписки, навыков участия в подготовке к проведению переговоров и совещаний. Осуществление самостоятельного исследования актуальной практико-ориентированной проблемы.</p>
Б2.В.02(П)	<p><b>Производственная технологическая практика</b>  <b>Вид практики: производственная.</b>  Способ проведения: стационарная, выездная.  Форма проведения: дискретно.  Приобретение практических навыков стратегического анализа, разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности. Развитие умений проектировать организационные структуры управления и нормативные документы, содержащие систему распределения полномочий на предприятии (Положения о подразделениях и должностные инструкции); распределять и делегировать полномочия. Формирование умений разработки Регламентов управления, которые позволяют координировать деятельность исполнителей в</p>

	<p>области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ. Приобретение навыков контроля выполнения условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов. Формирование способностей находить организационно-управленческие решения в области функционального менеджмента. (организационная)</p>
Б2.В.03(П)	<p><b>Производственная экономическая практика</b>  Вид практики: производственная.  Способ проведения: стационарная, выездная.  Форма проведения: дискретно.  Формирование и развитие у студентов способности использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. Формирование и развитие у студентов способности к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью отстаивать свою точку зрения, не разрушая деловые отношения. Овладение навыками анализа экономических показателей деятельности организации; навыками аудита человеческих ресурсов. Овладение навыками разработки мероприятий по улучшению экономических показателей. (экономическая)</p>
Б2.В.04(П)	<p><b>Технологическая (проектно-технологическая) практика</b>  Вид практики: производственная  Способ проведения: стационарная, выездная  Форма проведения: дискретно.  Формирование и развитие у студентов способности применять количественные и качественные методы анализа для принятия оптимальных управленческих решений. Развитие у студентов способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компании для дальнейшей подготовки оптимальных управленческих решений. Формирование и развитие у студентов умения строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели. Формирование умения применять различные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций. (управленческая)</p>
Б2.В.05(Пд)	<p><b>Производственная преддипломная практика</b>  Вид практики: производственная  Способ проведения: стационарная, выездная  Форма проведения: дискретно.  Формирование и развитие у студентов навыков проведения стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности организации. Развитие способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компании для дальнейшей подготовки оптимальных управленческих решений. Развитие способности применять количественные и качественные методы анализа для принятия оптимальных управленческих решений; умения строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели. Формирование умения ставить цели исследования систем, строить математические модели систем и овладения</p>

	навыками обоснованного выбора и использования методов системного анализа организации.
ФТД	<b>ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>
ФТД.01	<b>Техника публичных выступлений и презентаций</b> Понятие ораторского искусства. Оратор и его аудитория. Подготовка и произнесение речи. Полемическое мастерство. Презентации как элемент публичного выступления.
ФТД.02	<b>Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными некоммерческими организациями</b> Добровольчество (волонтерство) как деятельность. Основные направления реализации добровольческой (волонтерской) деятельности. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности. Взаимодействие с социально ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями. Содействие развитию добровольчества (волонтерства).