

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.01. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ для подготовки магистров

По направлению **38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы "Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"**

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения профессиональных задач при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Учебные задачи дисциплины

- в говорении – умения вести аргументированную дискуссию с деловым партнером с учетом знания национальной культуры, а также культуры ведения бизнеса в различных странах; презентовать материал в устной форме.
- в письме – умения вести деловую переписку (e-mail, доклад, отчет о работе компаний с описанием тенденций их развития, представленными графически; официальное письмо, претензия);
- в чтении и переводе – умения читать тексты с полным пониманием содержания, выстраивать отдельные абзацы текста в логическом порядке, соотносить абзацы связанного текста с данными утверждениями, читать статьи профессионального содержания, перевести их и уловить основную идею;
- в аудировании – умения понимать аутентичную речь в нормальном темпе (телефонные разговоры, реклама продукта, монологическая речь), сочетать аудирование с чтением (соотносить монологическую речь с информацией в письменной форме), выявлять необходимую информацию и использовать ее в видоизмененном контексте.
- умения пользоваться словарно-справочной литературой и Интернет ресурсами на иностранном языке;
- умения вести самостоятельный творческий поиск.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Обучение и развитие персонала
2	Тема 2. Служебные функции и должностные обязанности
3	Тема 3. Трудоустройство. Этапы оформления трудовых взаимоотношений.
4	Тема 4. Разработка и выпуск новой продукции на рынок
5	Тема 5. Организация продвижения товаров и услуг, брэндинг
6	Тема 6. Деловые переговоры
7	Тема 7. Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие
8	Тема 8. Создание бизнеса на новом месте
9	Тема 9. Презентация бизнес-идей
10	Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции
11	Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения
12	Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса
Трудоемкость дисциплины составляет 6 з. е. / 216 ч.	

Форма контроля – зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.02.01. ДЕЛОВЫЕ И НАУЧНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Деловые и научные коммуникации» является: обеспечение овладения слушателями основами знаний в сфере деловых и научных коммуникаций.

Учебные задачи дисциплины

- усвоение сведений о сущности деловых и научных коммуникаций, их основных понятиях, нормах и принципах;
- овладение знаниями о практической реализации норм и ценностей делового общения в деловых отношениях;
- приобретение способности ориентироваться в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения;
- усвоение норм нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами в процессе делового общения;
- формирование понятия этичности служебного поведения и поступков;
- усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;
- овладение знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Предмет и задачи дисциплины «Деловые и научные коммуникации»
2	Тема 2. Этика деловых и научных коммуникаций
3	Тема 3. Личность в деловых и научных коммуникациях
4	Тема 4. Деловые и научные коммуникации в организациях
5	Тема 5. Публичное выступление в деловой и научной коммуникации
6	Тема 6. Структура деловых коммуникаций.
7	Тема 7. Виртуальные коммуникации
Трудоемкость дисциплины составляет 23.е/ 72ч.	

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.02.02. СОВРЕМЕННЫЕ МИРОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Современные мировые концепции менеджмента» является:

1. обучение достижениям теории и практики менеджмента XXI века;
2. познание влияния современных инновационных и национально–культурных тенденций на национальном и глобальном уровне.

Учебные задачи дисциплины

- обучение слушателей с общими вопросами менеджмента иерархических и сетевых организаций, менеджментом проектов и малых целевых групп;
- подготовка слушателей к разработке стратегии развития иерархических и сетевых социально – экономических систем в условиях глобализации и изменений;
- подготовка слушателей к самостоятельному поиску, анализу и оценке концепций менеджмента в условиях индустриализации, постиндустриализации и информатизации общества;
- ознакомление слушателей с национально – культурным влиянием при принятии управленческого решения;
- подготовка слушателей к компетентностному и методическому анализу существующих систем управления и обоснованию предложений по их развитию;
- обеспечение знания действующих концепций менеджмента на глобальном и национальном уровне;
- формирование навыков разработки программы исследований с выявлением методов и методик их реализации;
- формирование навыков поиска, сбора, обработки и систематизации актуальной информации с акцентом на монографии и интернет данные.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Глобализация и траектория развития теории и практики современного менеджмента
2	Общая характеристика эволюции и скачки в развитии теории и практики менеджмента
3	Классификация концепций менеджмента
4	Принципы и модели реагирования организаций на принятые концепции (через зеркальное отражение, с учетом стадийности этапов кризисности, национальных особенностей)
5	Структуризация личных интересов участников бизнес – процессов. Современные концепции антикоррупционного управления
6	Принципиальные концептуальные изменения в результате развития гуманитарно-ноосферной этики и социально культурной ориентации предметных областей менеджмента
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 ч.	

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.03. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Методология и методы исследований в менеджменте» является:

1. формирование у студентов комплексного представления о методологии и методах исследований, используемых в практике и в академической среде;

2. получение навыков научных исследований с использованием возможностей современных информационных технологий и систем (ИТ/ИС).

Учебные задачи дисциплины

- изучение методологий и методов исследований в менеджменте;
- изучение возможностей современных информационных технологий и систем для реализации исследований в менеджменте;
- формирование у студентов логического мышления, необходимого для использования методологических основ проведения исследований, а также проведения комплексного исследовательского проекта;
- развитие аналитических способностей, и формирование системного видения процессов, происходящих во внешней бизнес-среде и внутри компании;
- формирование умения компетентно анализировать возможности социально-экономической политики государства в обеспечении макроэкономической стабильности и экономического роста.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в экономике и менеджменте.
2	Тема 2. Принципы организации исследовательского проекта и представление результатов научных исследований.
3	Тема 3. Инструментальные средства научных исследований в менеджменте
4	Тема 4. Эмпирические методы научных исследований
5	Тема 5. Теоретические методы исследований
6	Тема 6. Логические методы в научных исследованиях
7	Тема 7. Статистические методы в научных исследованиях
8	Тема 8. Бизнес-анализ в поддержке принятия управленческих решений.
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 ч.	

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.04. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Управленческая экономика» является:

1. формирование глубоких знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений для реализации финансово-инвестиционной политики и управления производством;

2. освоение методов и специальных приемов, используемых для объективной и всесторонней оценки деятельности экономических субъектов.

Учебные задачи дисциплины

- освоить теоретический материал, основное содержание которого направлено на изучение концепций и подходов к анализу экономической деятельности организации, а также знакомство с основными западными и отечественными стандартами планирования экономической деятельности с целью формирования у слушателей знаний в соответствии с национальными требованиями к компетенции менеджеров в области экономики;
- освоить практическую часть курса в форме моделирования экономической деятельности своего экономического агента. Назначением моделирования является получение понимания принципов поведения организаций в рыночной среде, развития компетенций по формированию аналитической базы для принятия решений в управленческой деятельности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Введение в дисциплину «Управленческая экономика». Организационные основы управленческой экономики.
2	Тема 2. Знания, как основа управленческой экономики. Управление знаниями и инновациями в управленческой экономике.
3	Тема 3. Креативность в системе управленческой экономики.
4	Тема 4. Управление инновациями в условиях конкурентного окружения. Инновационное предпринимательство и его финансовая эффективность.
5	Тема 5. Государственное регулирование экономики.
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з. е. / 144 ч.	

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.01. ФИНАНСОВАЯ ДИАГНОСТИКА И МОДЕЛИРОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ
РАЗВИТИЯ

для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Финансовая диагностика и моделирование перспектив развития» является получение четкого представления о концепции антикризисного менеджмента в рыночной экономике на основе изучения закономерностей развития экономических систем, теоретических основах антикризисного менеджмента, методологии распознавания, диагностики, принятия и реализации управленческих решений по предотвращению или преодолению кризиса организации.

Учебные задачи дисциплины

- ознакомление с понятийным аппаратом в области антикризисного менеджмента;
- освоение магистрантами основных подходов к обоснованию причин возникновения кризисных явлений в экономике и в организации;
- изучение этапов, механизмов, форм и методов реализации инструментов антикризисного менеджмента на различных стадиях жизненного цикла предприятия;
- приобретение студентами практических знаний и навыков по обоснованию и оценке антикризисных мер.

В результате изучения курса «Финансовая диагностика и моделирование перспектив развития» магистры должны приобрести знания о принципах и методах проведения комплексной диагностики финансово-хозяйственной деятельности организации с целью принятия оптимальных управленческих решений и разработки программы мероприятий, направленных на повышение эффективности ее функционирования в сложившихся условиях.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Теоретические основы проведения диагностики финансового состояния организации
2	Внешние и внутренние источники информации финансовой диагностики организаций
3	Анализ и диагностика финансового состояния организации
4	Диагностика предприятия с помощью финансовых коэффициентов
5	Методы диагностики финансового состояния и прогнозирования банкротства организации
6	Принятия управленческих решений на основе результатов диагностики финансового состояния организации
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е/ 144 ч.	

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02. КОРПОРАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Корпоративный менеджмент» является:

1. формирование теоретических и практических базовых знаний в области корпоративного управления (corporate governance) для понимания социально-экономической и правовой сущности деятельности отечественных и зарубежных корпораций;

2. приобретение навыков в области применения методологических и методических подходов к решению актуальных управленческих проблем корпораций, включая интегрированные корпоративные структуры (ИКС).

Учебные задачи дисциплины

1. формирование системы знаний и профессиональных компетенций в области корпоративного менеджмента;

2. овладение теоретическими и методологическими основами корпоративного управления;

3. раскрытие сущности и социально-экономического содержания важнейших тенденций и механизмов корпоративного управления;

4. изучение процесса, механизма и организационно-правовых форм деятельности отечественных и транснациональных корпораций;

5. изучение принципов и методов принятия решений по осуществлению управленческой деятельности в российских и зарубежных корпорациях.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Корпоративный менеджмент: предметная область, содержание, инструментарий.
2	Тема 2. Формирование, функционирование и развитие интегрированных корпоративных структур
3	Тема 3. Разработка и применение стратегий слияний (поглощений) и корпоративной защиты.
4	Тема 4. Стратегические альянсы и партнерства в корпоративном менеджменте.
5	Тема 5. Роль, функции и особенности организационного построения корпоративного центра.
6	Тема 6. Холдинговые компании в корпоративном менеджменте.
7	Тема 7. Корпоративный стратегический анализ в условиях глобализации и интернационализации экономики.
8	Тема 8. Корпоративная реструктуризация: сущность, цели, стратегии.
9	Тема 9. Имущественная стратегия и управление портфелем активов.
10	Тема 10. Внедрение систем корпоративного управления и определение их эффективности.
11	Тема 11. Оценка результатов деятельности корпоративных структур. Особенности проектирования и внедрения сбалансированной системы показателей.
12	Тема 12. Государственное регулирование деятельности корпоративных структур. Управление внутри и межкорпоративными конфликтами.

Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 ч.

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.03. СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Системы государственной и общественной поддержки малого и среднего бизнеса» – дать студентам магистратуры понимание закономерностей построения отношений и коммуникаций малых и средних предприятиях (МСП) с государственными и общественными структурами, сформировать представление о формах и, методах поддержки малого и среднего бизнеса. Особое внимание уделяется умениям, позволяющим определить специфику и возможности роста и развития конкретных малых и средних предприятий с ориентацией на существующие программы государственной и общественной поддержки.

Учебные задачи дисциплины

- приобретение знаний о системе государственной поддержки малого и среднего бизнеса;
- развитие аналитических способностей, формирование системного видения процессов, происходящих во внешней бизнес-среде с целью повышения конкурентоспособности предприятия;
- формирование навыков компетентного взаимодействия субъектов малого и среднего бизнеса с государственными и общественными структурами и навыков принятия организационно-управленческих решений для развития предприятий малого и среднего бизнеса.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Введение в дисциплину
2.	Стратегия развития малого и среднего бизнеса
3.	Государственная поддержка малого и среднего бизнеса
4.	Система поддержки малых инновационных предприятий
5.	Общественные объединения предпринимателей и общественные структуры поддержки малого бизнеса в России
6.	Международный опыт поддержки и развития малого и среднего бизнеса
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.	

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.04. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "Economics of Entrepreneurship" is the formation of deep knowledge of the patterns of development of modern entrepreneurship as the most important sphere of the socio-economic system and general principles of behavior of economic agents in market conditions, the formation of future masters of theoretical knowledge and practical skills of doing business for the implementation of their own entrepreneurial projects, and managing an existing business.

One of the main tasks of studying the discipline "Business Economics" is the development of methods and special techniques used in the creation, development and management of economic entities.

Academic objectives of the discipline

- theoretical material, the main content of which is aimed at studying the principles and approaches to the creation and analysis of the economic activity of entrepreneurship, as well as familiarity with the main Western and domestic standards for planning economic activities in order to form students' knowledge in accordance with national requirements for competence in the field of economics;
- the practical part of the course in the form of modeling the economic activity of its economic agent. The purpose of modeling is to gain an understanding of the principles of creating and developing an enterprise in a market environment, developing competencies to form an analytical base for making decisions in business.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Topic 1. Introduction to the discipline "Business Economics".
2.	Topic 2. Types and forms of entrepreneurial activity.
3.	Topic 3. Business environment and competition
4.	Topic 4. Features of creating your own business.
5.	Topic 5. Planning in business.
6.	Topic 6. Methods for assessing the effectiveness of entrepreneurial activity, the organizational basis of economic analysis.
The complexity of the discipline is 3 c.u. / 108 hours.	

Control form - Intermediate certification in the 2nd semester - test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.05. СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ (НА АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ)

для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline is to familiarize students with the basic concepts, schemes and methods of modern strategic analysis as a way to determine and develop the competitive advantages of a company.

Academic objectives of the discipline

As a result of mastering the discipline, the following competencies should be formed. As a result of studying the discipline, students should acquire the following knowledge, skills and abilities

- readiness for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity.
- Know: requirements for conducting business presentations in oral and written form; rules for preparing a review of scientific literature on a topic
- Be able to: present the results of the research carried out orally and in writing;
- substantiate the theoretical foundations of ongoing research.
- Possess: skills in substantiating decisions on internationalization; business presentation skills; skills in preparing reviews of scientific articles.
- readiness to act in non-standard situations, to bear social and ethical responsibility for the decisions made.
- Know: principles of strategic and operational planning, methods and forms
- corporate social responsibility;
- Be able to: use tools for analyzing the external and internal environment of the organization;
- Own: tools for implementing corporate social responsibility and
- business ethics.
- readiness to lead a team in the field of their professional activities, tolerantly perceiving social, ethnic, confessional and cultural differences.
- Know: principles of forming a corporate strategy, types of organizational
- changes in response to the influence of environmental factors;
- Be able to: use tools for analyzing the external and internal environment of the organization
- for planning the organizational development of entrepreneurial structures;
- Own: tools for implementing organizational change in
- business structures.
- knowledge of methods of economic and strategic analysis of the behavior of economic agents and markets in the global environment.
- Know: methods of analyzing the behavior of economic agents and markets in a global environment;
- Be able to: build models of behavior of economic agents in certain competitive environments.
- Possess: the skills of analyzing the behavior of economic agents and markets in a global environment
- the ability to develop corporate strategy

- Know: the main elements of the strategic management process and alternatives to development strategies
- Be able to: analyze and develop an organization's strategy based on modern methods and advanced scientific achievements
- Possess: skills in competitor analysis and market segmentation analysis

2. Content of the discipline:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1. The concept and levels of strategy, the main scheme of strategic analysis, the inclusion of the principles of value creation in strategic analysis	<p>Introduction and objectives. The role of strategy in the company's success. The main scheme of strategic analysis. Strategic fit. A Brief History of Business Strategy: Origins and Background, From Corporate Planning to Strategic Management, The Importance of Strategy.</p> <p>Corporate strategy and business strategy. How is the strategy created: planning or emerging? Various functions of strategic management in the firm. Strategy as a reinforcement of the decision. Strategy as a coordination mechanism. Strategy as a goal. The role of analysis in strategy formulation.</p> <p>Goals, values and performance of the company. Strategy as a pursuit of value. Incorporating value creation principles into strategic analysis: Assessing existing performance, Assessing alternative strategies, Setting performance goals. Values, mission and vision.</p>
2. Industry structure analysis: environmental analysis, industry analysis - competition, attractiveness, structure and industry boundaries. Analysis of competitive advantages	<p>From environmental analysis to industry analysis. Determinants of profit in the industry: demand and competition. Analysis of the attractiveness of the industry.</p> <p>Application of industry structure analysis. Description of the structure of the industry. Forecasting the profitability of the industry. Strategies for changing the sectoral structure. Industry definition: where to draw the boundaries between industries. Industries and Markets. Defining markets: substitution of supply and demand. From Industry Attractiveness to Competitive Advantage: Identifying Key Success Factors.</p>
3. Model of Porter's five forces in the analysis of competition - application, disadvantages, development. Segmentation analysis and competitor analysis. Strategic group analysis.	<p>Porter's five-factor competition model, Competition from substitute products, Threat from new potential market entrants, Rivalry between entrenched competitors, Buyer bargaining power, Supplier bargaining power.</p> <p>Developing the Five Forces Model: How important is the industry? Complementary (complementary) goods: missing strength in Porter's model? Dynamics of Competition: Creative Destruction and Hypercompetition</p> <p>Game theory contributions. Cooperation. Intimidation. Obligations. Changing the structure of the game. Signaling. Is game theory useful? Analysis of competitors. Collection of competitor data. Competitor behavior forecasting scheme. Application of the results of competitor analysis.</p> <p>Market segmentation analysis. Using segmentation. Market segmentation analysis stages.</p> <p>Vertical segmentation: pooling profits. Strategic groups.</p>

<p>4. Analysis of resources and capabilities. Analysis of the structure and management system.</p>	<p>The Role of Resources and Capabilities in Strategy Formulation: A Resource and Capability-Based Strategy. Resources and capabilities as sources of profit. Company resources: Material, Intangible, Human resources. Organizational Abilities: Ability Classification, Ability Structure. Assessment of the potential profitability of resources and capabilities: Achieving and maintaining a competitive advantage, assigning the results of a competitive advantage. Development of resources and abilities: the relationship between resources and abilities, Reproduction of abilities, Development of new abilities, Approaches to the development of abilities. Organizational structure and management systems. Corporation evolution: Firms and markets, Linear and staff structures, Diversified corporation. Organizational chart principles. Hierarchy in the structure of the organization. Applying the principles of organizational structure. Alternative forms of organizational structure. Management systems of coordination and control: Information systems, Strategic planning systems, Financial planning and control systems, Human resource management systems, Corporate culture as a control mechanism.</p>
<p>5. Analysis of factors and strategies of competitive advantage: cost leadership, differentiation</p>	<p>The nature and sources of competitive advantage. The emergence of a competitive advantage. Sustainable competitive advantage. Competitive advantage in various markets. Types of competitive advantage: cost advantage and difference advantage. Cost Leadership. Savings through experience. Experience curve. Strategic implications: the role of market share. Sources of cost advantage. Economies of volume (economies of scale). Savings through training. Processing technology and process development. Product design. Capacity utilization. Input costs. Residual efficiency. Using a value chain for costs. The main stages of value chain analysis. Cost reduction management. Dynamic aspects of cost effectiveness. Radical reduction costs. Advantage through differentiation. The nature of differentiation and its benefits. Variables of differentiation. Differentiation and segmentation. Sustainability benefits through differentiation. Analysis of differentiation: demand. Product attributes and positioning. The role of socio-psychological factors. Wide and narrow differentiation. Analysis of differentiation: proposal. Driving forces of uniqueness. The integrity of the goods. Signaling and reputation. Brands. Differentiation costs. Value chain and differentiation analysis. Analysis of the value chain of industrial goods. Analysis of the consumer goods value chain.</p>
<p style="text-align: center;">The complexity of the discipline is 4 z.e. / 144 hours.</p>	

Control form - Intermediate certification in the 2nd semester – exam.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.06. МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И АУДИТ (НА АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ)

для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

Understanding the main provisions of the methodology for the preparation of strategic and operational marketing plans of the company focused on the market;
Commanding of techniques of pre-planned analysis of external and internal marketing environment;

Academic objectives of the discipline

Study of the methodological basis and methods of audit of the company's marketing activities;

Development of the ability to independently develop marketing plans and evaluate their effectiveness.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Topic 1. Logic of strategic and tactical marketing planning
2.	Topic 2. Methods of analysis of external and internal environment. SWOT analysis technique
3.	Topic 3. Justification of marketing goals and strategies
4.	Topic 4. Building a balanced scorecard for marketing and sales.
5.	Topic 5. Planning in business.
6.	Topic 6. Control and audit of marketing.
The complexity of the discipline is 4 c.u. / 144 hours.	

Control form - exam.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.07.01. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ ПРОЕКТАМИ (НА
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "marketing project Management" is an introduction to the field of modern knowledge about project management of marketing projects, development of project management competencies necessary for a wide range of specialists with functional responsibilities in the field of marketing, corporate communications, strategic planning, business development, formation of social corporate responsibility and public relations.

Academic objectives of the discipline

The discipline "marketing project Management" focuses on the development of practical skills in the field of project marketing management. The study of the discipline contributes to the formation of students ' broad understanding of project management, project classification, tools and technologies of project management in marketing.

To achieve this goal, the following educational tasks are solved when studying the discipline:

- reveal the theoretical foundations and basic concepts of project management;
- demonstrate the application of theoretical knowledge to concrete projects, the most common in managing projects in the functional area of marketing (marketing research, market entry, new product development, loyalty programs, marketing communications, etc.);
- in the process of students ' independent work and practical training to work out practical skills of analysis, planning, implementation and control project management marketing;
- to achieve students ' competence in substantiating the concept and developing the project structure, knowledge of planning technology, evaluating the effectiveness of a marketing project taking into account risk and uncertainty factors, and the ability to monitor the progress of the project.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Introduction: principles of project management.
2.	Project initialization and planning
3.	Managing project.
4.	Project: «Conduct marketing research».
5.	Project: "Marketing strategy of the company".
6.	Project: "assortment Management".
7.	Project: "The programme of marketing communications".
8.	Project: «Loyalty program».

The labor intensity of the discipline is 4 cu / 144 hours.

Control form – exam.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.07.02. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ (НА
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "Entrepreneurship in Global Economy" is the formation of deep knowledge of the patterns of development of modern entrepreneurship as the most important sphere of the socio-economic system and general principles of behavior of economic agents in market conditions, the formation of future masters of theoretical knowledge and practical skills of doing business for the implementation of their own entrepreneurial projects, and managing an existing business.

Academic objectives of the discipline

The students will be able to:

- Identify the character of competitive environment in the country due to globalization impact
- Define the role of TNC on the economy of host country
- Analyse the globalization of financial markets and their impact on entrepreneurship
- Research the possible forms of integration of SMEs with global partnerships, supply chains and alliances
- Analyse the government regulation of entrepreneurship under globalization of economy

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Topic 1. Entrepreneurship under globalization of economy.
2.	Topic 2. TNCs as a subject of entrepreneurship.
3.	Topic 3. Financial markets globalization and their impact on entrepreneurship
4.	Topic 4. Cooperation of small and big business
5.	Topic 5. Government regulation of entrepreneurship under globalisation
The complexity of the discipline is 3 c.u. / 108 hours.	

Control form - exam.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.07.03. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ ПРОЕКТОМ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ»
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

1. формирование у студентов магистратуры навыков групповой и индивидуальной исследовательской работы
2. использование теоретических знаний по дисциплинам «Управление маркетинговыми проектами» и «Предпринимательство в глобальной экономике» для проведения анализа управления и разработки рекомендаций по его совершенствованию на международном рынке.

Учебные задачи дисциплины

- формирование проектной группы и преодоление возможных проблем и трудностей групповой работы
- распределение обязанностей в группе и управление коммуникациями в период выполнения проекта
- проведение анализа деятельности реальных организаций на рынке с использованием открытых источников информации и проведения самостоятельных исследований
- обобщение полученных данных для определения моделей, стратегий, механизмов и инструментов, которые организации используют для управления предпринимательским проектом на международном рынке».
- обобщение результатов проекта и представление их в виде отчета и устной презентации

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Введение: принципы проектного управления.
2.	Инициализация и планирование проекта.
3.	Управление проектом.
4.	Проект: «Проведение маркетинговых исследований».
5.	Проект: «Маркетинговая стратегия компании».
6.	Проект: «Управление ассортиментом».
7.	Проект: «Программа маркетинговых коммуникаций».
8.	Проект: «Программа лояльности».
Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. / 72 часа.	

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДНЫХ ЭКОНОМИК (НА
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The aim of the course is to provide students with an understanding of the transition economy as a category that defines cause-and-effect relations of social and business development. The course examines the role of government, institutions and entrepreneurship in the transition economies and introduces students to the implementation of strategic and managerial functions in a rapidly changing business environment and highlights the management issues of the current economic and business environment in Russia.

Academic objectives of the discipline

By the end of the course the students will become acquainted with the specifics of transition economies, management issues of entrepreneurship in a rapidly changing business background.

The students will be able to:

- to understand the specific features of transition economies;
 - to understand the development and prospects of entrepreneurship in transition economies and Russia in particular;
 - to apply economic models to practical economic issues of development and explain the different obstacles that developing economies face;
- to demonstrate an awareness of selected institutional aspects of globalization, integration, trade and development.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Topic 1. Introduction to the discipline " Current issues of transition economies"
2.	Topic 2. Trends and issues of global economy
3.	Topic 3. Evolution of current role of the institutes and the role of the state.
4.	Topic 4. Interaction between business and state in the transition countries.
5.	Topic 5. Hidden economy of the transition countries: economic influence and current development.
6.	Topic 6. Privatization processes in the transition countries.
7.	Topic 7. Entrepreneurship and its role in the transition economies.
The complexity of the discipline is 2 c.u. / 72 hours.	

Control form – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ЭКОСИСТЕМА (НА АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ)

для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The aim of the course is to provide students with an understanding of the transition economy as a category that defines cause-and-effect relations of social and business development. The course examines the role of government, institutions and entrepreneurship in the transition economies and introduces students to the implementation of strategic and managerial functions in a rapidly changing business environment and highlights the management issues of the current economic and business environment in Russia.

Academic objectives of the discipline

- The students will be able to:
- analyze the main characteristics of the entrepreneurial ecosystem.
- implement management activities taking into account specific and / or unique characteristics of the entrepreneurial ecosystem.
- develop proposals to improve the efficiency of the entrepreneurial ecosystem.
- analyze the needs for specific elements of the entrepreneurial ecosystem.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Topic 1. The concept and basic concepts of the entrepreneurial ecosystem.
2.	Topic 2. Key characteristics and participants of the entrepreneurial ecosystem
3.	Topic 3. Financing the entrepreneurial ecosystem
4.	Topic 4. Conditions for the efficiency of the entrepreneurial ecosystem
The complexity of the discipline is 2 c.u. / 72 hours.	

Control form – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "Marketing management" is: to reveal the principles and methods of marketing management of the company, to provide an understanding of marketing management as a modern management concept of value creation and active market formation for the company. The relationship between corporate and marketing strategies is revealed. The main methods and procedures of marketing technologies for making managerial decisions in the company are considered.

Academic objectives of the discipline

- Formation of knowledge, skills and abilities for preparing and making strategic marketing decisions at the corporate level.
- Formation of knowledge, skills and preparation for making marketing decisions on the selection of target markets and positioning.
- Formation of knowledge, skills and organization of marketing activities and decision-making at the instrumental level on the elements of the marketing complex.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Levels of management marketing decisions in the company.
2.	Marketing solutions for the development of strategic business directions.
3.	Corporate marketing strategies.
4.	Marketing solutions for target markets and positioning (STP).
5.	Product management (value creation).
6.	The price control (the formation of value perceptions).
7.	Managing distribution channels (ensuring availability).
8.	Management of the promotion (attainment of awareness and attractiveness).
The labor intensity of the discipline is 2 cu / 72 hours.	

Control form – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the course is to master the principles and methods of marketing management of the company and making marketing decisions at the strategic level.

The course "Strategic marketing" is designed to form a modern Manager and specialist of Russian companies. The main attention is paid to strategic marketing because only a well-formed marketing strategy will allow the company to operate effectively in the market, create a competitive advantage, identify the target market and serve consumers in a profitable way for the company.

Academic objectives of the discipline

- Explore the possibilities of strategic marketing as a management concept
- to solve the problems of profitability, growth and competitiveness of the company;
- Develop strategic decision-making skills in cooperation with other divisions of the company;
- Development of knowledge, skills and skills of making marketing decisions on the development of strategic directions (structure) of business;
- Development of knowledge, skills and skills of making marketing decisions to ensure the company's growth;
- Development of knowledge, skills and skills of making marketing decisions to justify the competitive advantages of the company in the market;
- Development of knowledge, skills and abilities to explore the possibilities of enterprise development-assessment of the marketing environment of the enterprise;
- To study approaches and methods of marketing management at the level of target markets.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Marketing as a corporate management concept. Levels of marketing decision-making.
2.	Marketing solutions for the development of strategic business directions (structure).
3.	Marketing solutions to ensure the company's growth.
4.	Marketing solutions to justify the company's competitive advantages in the market.
5.	Research of enterprise development opportunities-assessment of the marketing environment of the enterprise.
6.	Strategic marketing solutions at the functional level
The labor intensity of the discipline is 2 з.е. / 72 hours.	

Form of control – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.01. МАРКЕТИНГ УСЛУГ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline is to master the theoretical knowledge and practical skills of marketing management of services in various markets.

Academic objectives of the discipline

- Develop knowledge of the specifics of marketing services, features of the service as a market product;
- Learn how to ensure the quality of services;
- Develop marketing planning skills in the service sector;
- Develop competencies for effective management of marketing activities in the service sector.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	The role of marketing in a service company: sales support or a decision center.
2.	Integration of service quality and productivity strategies. Objects of standardization and nomenclature of service quality indicators.
3.	Marketing management of the service process. Managing promises: how to build consumer confidence.
4.	Service company revenue management: features of service pricing.
5.	Features of marketing services in individual markets.
The labor intensity of the discipline is 3 z.e / 108 hours.	

Form of control – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02. МЕТРИКИ МАРКЕТИНГА (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of discipline "marketing Metrics" is to acquaint students with the basic concepts, approaches, metrics and indicators of the marketing activities of the organization and formation of system of indicators.

Academic objectives of the discipline

- determine the composition of the organization's marketing metrics required for monitoring;
- develop skills to analyze the specifics of the organization's activities and create a balanced scorecard;
- learn how to formulate separate marketing metrics to evaluate the effectiveness and efficiency of individual marketing decisions and projects.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	The role of marketing metrics in an organization
2.	Different approaches to measurement techniques in different markets.
3.	Measuring the results of marketing activities
4.	Use marketing metrics to create effective marketing for an organization.
5.	Sources of information for marketing analysis
6.	Use of various analytical tools for strategic marketing decisions.
The labor intensity of the discipline is 3 cu / 108 hours.	

Control form-set-off.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.01. КРОССКУЛЬТУРНЫЙ МАРКЕТИНГ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "cross-Cultural marketing" is to deepen and expand the knowledge of master's students and practitioners about the decisions made by marketers when entering foreign markets or in the process of working with foreign partners and stakeholders. The theoretical basis of this course is the courses "Marketing", "Marketing research", and "Marketing communications". The course offers an analysis of the main marketing solutions, taking into account cross-cultural and cross-cultural aspects.

Academic objectives of the discipline

- formation of students' clear understanding of the main elements of culture and their impact on marketing decisions;
- teaching students how to work and make decisions in situations of cross-cultural interaction (including international marketing).

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Globalization and the role of national culture
2.	International marketing environment
3.	Cross-cultural marketing solutions
4.	Cross-cultural communications
5.	Global and local in Russian marketing
The complexity of the discipline is 4 z.e. / 144 hours.	

Control form - credit with assessment.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННЫХ
ПРОДУКТОВ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the course is to develop the necessary theoretical and practical knowledge and skills for masters to effectively analyze the external environment and plan marketing programs for high-tech, science-intensive innovative products.

Educational objectives of the discipline

Development of a strategy for the internationalization of the company and planning of its marketing activities in the international market.

Academic objectives of the discipline

- to give an idea of the essence and methodology of international marketing;
- to acquaint students with modern methods of analyzing the external marketing environment in the international market;
- to identify the most important and typical stages of planning and implementation of the company's entry into the foreign market
- to give the skills to choose the most effective international strategy for an enterprise working with high-tech, science-based products and innovations

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	International companies and globalization
2.	International Marketing
3.	Small and medium business in the international market
4.	Competitive positioning of the company in the international market
5.	Major marketing solutions in the international market
The complexity of the discipline is 4 z.e. / 144 hours.	

Control form - credit with assessment.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.05.01. ИНТЕГРИРОВАННАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА
ПРЕДПРИЯТИЯ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

The purpose of the discipline "Integrated logistics support of the enterprise" is to form students of the master's program basic knowledge and conceptual principles of logistics-the science and practice of managing flow processes to achieve the corporate goal of business with optimal resource costs.

Academic objectives of the discipline

- Describe the conceptual framework of logistics: the essence of the main categories and concepts of logistics;
- Study the theoretical foundations of the logistics approach to managing flow processes in business structures;
- Consider the concept of integrated logistics as a modern basis for managing business processes in the company;
- Review the main goals, objectives and functions of logistics management in the company;
- Outline the basics of functional logistics management and its development objectives in business organizations;
- To consider the basic logistics concepts and technologies of management of material and accompanying flows in the business.
- Explore the main directions and challenges of an integrated approach to supply chain management.

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	Basic conceptual framework of logistics. Integrated approach in logistics: main provisions, goals and objectives.
2.	Functional areas of logistics: goals, objectives, and main functions
3.	Logistics service and current trends in its development in integrated logistics structures.
4.	Integrated logistics concepts and technologies. Main types of control systems
5.	Logistics strategies in supply chains: goals, objectives, features of formation and relationship with the corporate business strategy
The complexity of the discipline is 3 z.e. / 108 hours.	

Control form – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02. УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ
КОММУНИКАЦИЯМИ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. The purpose and objectives of the discipline:

To master the principles and methods of integrated marketing communications in various sectors of the economy (B2B, B2C, B2D);

To form an understanding of the possibilities of integrated marketing communications to solve the problems of profitability, growth and competitiveness of the company;

Academic objectives of the discipline

Gain skills in developing programs to promote products and services through the use of integrated marketing communications, promotion of value proposition, development of customer loyalty programs

2. Content of the discipline:

№ п/п	Name of sections / topics of the discipline
1.	The process of marketing communications integration
2.	Impact of marketing communications.
3.	Integrated marketing communications at the point of sale
4.	Participants in the development of integrated marketing communications
5.	Research and development of integrated marketing communications program
6.	The Internet as an integrated marketing communications
7.	Exhibition as a tool of integrated marketing communications
8.	Effectiveness of integrated marketing communications
The complexity of the discipline is 4 z.e. / 144 hours.	

Control form – test.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б2.В.01.01(У). ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

для подготовки магистров

По направлению **38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы**
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (профессиональный семинар) является приобретение студентами магистратуры первичных профессиональных навыков и практического опыта выбора, формулировки и обоснования темы научных исследований на основе знакомства с кругом проблем современного международного бизнеса

Учебные задачи дисциплины

- Формирование у студентов общекультурных и общепрофессиональных компетенций.
- Формирование у студентов компетенции обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- Формирование интереса к научно-исследовательской деятельности.
- Формирование целостной картины современного состояния международного бизнеса.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Изучение научной литературы по теме диссертации.
2.	Изучение научной литературы по теме диссертации.
3.	Подготовка обзора литературы по теме диссертации.
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.	

Форма контроля –зачет/ зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б2.В.02.01(П). НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА (НИР)
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью научно-исследовательской работы в семестре является подготовка магистранта к самостоятельной научно-исследовательской работе, основным результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, а также к проведению научных исследований в составе проектной группы.

Учебные задачи дисциплины

- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- формулировать и разрешать задачи, возникающие в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбирать необходимые методы исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования (по теме магистерской диссертации или при выполнении заданий научного руководителя в рамках магистерской программы);
- применять современные информационные технологии при проведении научных исследований;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и представлять их в виде законченных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научной статьи, курсовой работы, магистерской диссертации);
- оформлять результаты проделанной работы в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2001. «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (Дата введения 1.07.2002 г.) и др. нормативных документов с привлечением современных средств редактирования и печати;
- оформлять результаты проделанной работы в соответствии с установленными нормативными документами с привлечением современных средств редактирования;
- дать другие навыки и умения, необходимые магистранту данного направления, обучающемуся по конкретной магистерской программе.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Принципы и подходы к выявлению направлений научных исследований.
2.	Методы исследований в менеджменте
3.	Написание обзора литературы по теме исследования.
4.	Научные работы магистров: проект по дисциплине «Методология и методы исследования»
5.	Принципы и подходы к выявлению направлений научных исследований. Тема и проблема научного исследования. Актуальность научного исследования.
6.	Поиск и сбор научной информации по теме диссертации. Подготовка аннотированной библиографии по теме

7.	Научная работа магистров: подготовка обоснования темы диссертации
8.	Композиция магистерской диссертации, подготовка структурных частей диссертации, формулировка выводов по параграфам и главам.
9.	Научная концепция диссертации и её формулировка, обоснование. Выбор и описание научных теорий и концепций по теме диссертации
10.	Методы подбора литературы и подготовки литературного обзора по теме диссертации
Трудоемкость дисциплины составляет 12 з.е / 432 часа.	

Форма контроля –зачет/ зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б2.В.02.02(П). НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРАКТИКА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью производственной практики (научно-исследовательской практики) является формирование у магистрантов компетенций и навыков планирования и проведения исследований для подготовки выпускной квалификационной работы магистра.

Учебные задачи дисциплины

Задачами производственной практики (научно-исследовательской практики) является приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы, а также подборе и анализе необходимых источников для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации:

- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- выбор методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Организация практики
2.	Выполнение программы практики
3.	Отчетный
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.	

Форма контроля –зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б2.В.02.03(П). ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ
И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ТОМ ЧИСЛЕ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (профессиональный семинар) является приобретение студентами магистратуры первичных профессиональных навыков и практического опыта выбора, формулировки и обоснования темы научных исследований на основе знакомства с кругом проблем современного международного бизнеса

Учебные задачи дисциплины

- Формирование у студентов общекультурных и общепрофессиональных компетенций.
- Формирование у студентов компетенции обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- Формирование интереса к научно-исследовательской деятельности.
- Формирование целостной картины современного состояния международного бизнеса.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Изучение научной литературы по теме диссертации.
2.	Изучение научной литературы по теме диссертации.
3.	Подготовка обзора литературы по теме диссертации.
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часа.	

Форма контроля –зачет/ зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б2.В.02.04(Пд). ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Целью преддипломной практики является расширение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в области предпринимательства и маркетинга, а также сбор и систематизация материалов для написания выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Учебные задачи дисциплины

- овладение навыками делового общения, принятия организационно-управленческих решений, сбора информации, расчета экономических показателей, анализа и интерпретации деятельности профильных хозяйствующих субъектов;
- использование навыков аналитической и научно-исследовательской деятельности, подготовки аналитических отчетов и информационных обзоров для сбора материалов для написания магистерской диссертации;
- использование методов и опыта решения профессиональных задач с целью отражения результатов практики при написании магистерской диссертации

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Организация практики.
2.	Проведение запланированных видов работ в соответствии с заданием.
3.	Подготовка и защита отчета по практике
Трудоемкость дисциплины составляет 21 з.е / 756 часа.	

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б3.Б.01. ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ
ПОДГОТОВКУ К ЗАЩИТЕ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ
По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике» и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

Учебные задачи дисциплины

Комплексная оценка уровня подготовки выпускников Университета, которая:

- строится с учетом изменений в содержании и организации профессиональной подготовки выпускников, описываемых в рамках деятельностной парадигмы образования;
- оценивает уровень сформированности у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности;
- учитывает возможность продолжения образования студентом на более высоких ступенях.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Написание и защита ВКР
Трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е / 216 часа.	

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.01. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Профессиональное развитие личности» – состоит в обеспечении студентами магистратуры овладения слушателями знаний и навыков в области профессионального развития личности, необходимых для успешной профессиональной деятельности.

Учебные задачи дисциплины

- усвоение сведений о профессиональном развитии и профессионализме;
- овладение знаниями о личности и ее профессиональном развитии;
- усвоение знаний о сущности профессиональной компетентности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Профессионализм и основные направления профессионального развития личности.
2.	Социально-антропологические факторы профессионального развития.
3.	Организационно-трудовые факторы профессионального развития личности.
4.	Динамика профессионального развития личности.
5.	Мотивационные основы профессионального развития.
6.	Профессиональная деструкция личности.
7.	Профессиональное самоопределение личности.
Трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е / 36 часа.	

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.02. ОСНОВЫ ВТОРОГО ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА
для подготовки магистров

По направлению 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) программы
"Предпринимательство и маркетинг в глобальной экономике"

1. Цель дисциплины

Образовательные:

1. Овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, деятельности, а также для дальнейшего самообразования;
2. Повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию; развитие когнитивных и исследовательских умений;

Воспитательные:

3. Расширение кругозора студентов, повышение их общей культуры и образования, а также культуры мышления, повседневного общения;
4. Развитие информационной культуры, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям представителей разных стран и народов.

Учебные задачи дисциплины

- Реализация основной цели обучения иностранному языку, что предполагает овладение комплексом языковых знаний и навыков, необходимых и достаточных для формирования речевых умений;
- Коммуникативная направленность курса закладывает основы для дальнейшего профессионально-ориентированного обучения, нацеленного на удовлетворение потребностей специалистов соответствующего профиля в иноязычной деятельности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Я и моя семья. Межличностные отношения. Друзья. Знакомство.
2	Моя профессия.
Трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е/ 36 ч.	

Форма контроля – зачет.