

**Аннотации рабочих программ дисциплин
ОПОП 38.04.02:02 «Менеджмент», магистерская программа
«Маркетинговое управление малым и средним бизнесом»
Очная форма обучения**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Государственная поддержка малого и среднего бизнеса»
(Б1.В.ОД.8)**

Дисциплина «Государственная поддержка малого и среднего бизнеса» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления на кафедре связей с общественностью и массовых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-2 Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов.

Целью дисциплины является получение слушателями теоретических знаний и практических умений, необходимых для эффективного решения задач по управлению малым или средним предприятием с использованием различных форматов содействия созданию и осуществлению деятельности малых и средних предприятий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением значения и сущности, основных направлений государственной и общественной поддержки развития малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, системы кооперационных связей между малыми и крупными промышленными предприятиями, основные источники правового регулирования малого и среднего предпринимательства Российской Федерации, возможности кредитования малого бизнеса и концепции кластерной политики государства.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и выполнения творческого задания и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (22 часа), самостоятельная работа студента (76 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Деловые и научные коммуникации»
(Б1.Б.3)**

Дисциплина «Деловые и научные коммуникации» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой связей с общественностью и массовых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:
общекультурных:

- ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

обще профессиональных:

- ОПК-1 Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

профессиональных:

- ПК-8 Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- знать: основные виды деловых и научных коммуникаций, их особенности и значение в профессиональной практике, типы коммуникативных личностей и их роль в коммуникативном процессе, принципы успешной самопрезентации, методы ведения деловой и научной коммуникации;

- уметь: применять на практике знания об основных видах деловых и научных коммуникаций, их значение в профессиональной сфере, реализовывать принципы успешной самопрезентации, применять в практической деятельности принципы успешной деловой и научной коммуникации;

- владеть: основными видами деловых и научных коммуникаций, их особенностями и значение в профессиональной сфере, методами успешной самопрезентации и принципами успешной деловой и научной коммуникации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и выполнения творческого задания и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (26 часов), самостоятельная работа студента (36 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Инновационные технологии в логистике» (Б1.В.ДВ.3.1)

Дисциплина «Инновационные технологии в логистике» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-5 способность формирования комплексной системы маркетинговых коммуникаций

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с возникновением и применением инновационных технологий в логистике: в сфере информационных технологий, методов организации логистических бизнес-процессов, с учетом новых форм кооперации и взаимодействия компаний, а также развития логистической инфраструктуры.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык делового общения» (Б1.Б.1)

Дисциплина «Иностранный язык делового общения» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой иностранных языков и на инженерно-физическом факультете кафедрой русского и французского языков.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:
обще профессиональных:

- ОПК-1 Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

профессиональных:

- ПК-8 Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обучением грамматике, навыкам, обеспечивающим коммуникацию профессионального характера; умением использовать информацию из профессионально-ориентированных и специальных источников.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подсчета среднего балла (учитывая оценки за все занятия в период с предыдущей контрольной точки), в форме письменного или устного опроса и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (72 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Интернет-маркетинг» (Б1.В.ОД.10)

Дисциплина «Интернет-маркетинг» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-4 Умение разрабатывать, внедрять и оценивать результаты интернет-маркетинга;
- СПК-5 Способность формировать комплексную систему маркетинговых коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и реализацией комплекса маркетинга с применением интернет-технологий. Рассматриваются вопросы создания и применения веб-сайта в маркетинговой деятельности организации, выбора и использования инструментов интернет-маркетинга, использования инфраструктуры интернет-маркетинга, формирования и оценки эффективности программы продвижения в интернете.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, учитывающий посещаемость студентами занятий, участие в обсуждении и самостоятельном выполнении заданий, результаты компьютерного тестирования с последующим самостоятельным анализом предложенной практической ситуации или решения предложенных задач; промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (12 часов), лабораторные работы (32 часа), самостоятельная работа студента (64 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративные финансы» (Б1.В.ОД.2)

Дисциплина «Корпоративные финансы» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-3 Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- ПК-5 Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- ПК-6 Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основ финансирования деятельности организаций: основных принципов стратегий финансирования, видов источников финансирования, основных преимуществ и недостатков, способов оценки эффективности их использования.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, проверки выполнения домашнего задания с учетом посещаемости и активности на занятиях, в форме тестирования и выполнения контрольных работ, предусматривающих решение задач и кейса, написание статей, подготовку к деловой игре, и промежуточная аттестация (экзамен) в форме компьютерного тестирования с последующим собеседованием.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (22 часа), самостоятельная работа студента (76 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Кросс-культурный маркетинг»
(Б1.В.ДВ.4.1)**

Дисциплина «Кросс-культурный маркетинг» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общефессиональных:

- ОПК-2 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

профессиональных:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации.

Целью дисциплины является приобретение студентами знаний и практических навыков практиков о решениях, принимаемых маркетологами при выходе на зарубежные рынки или в работе с зарубежными партнерами.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением:

- поведения потребителей с учетом основных элементов культуры;
- культурных сред разных стран, используя известные теории кросс-культурного общения;
- особенностей использования маркетинговых инструментов в различных регионах мира
- культурной среды маркетинга, с использованием различные инструменты маркетинговых исследований;
- инструментов кросс-культурного анализа маркетинговой деятельности;
- методов разработки плана маркетинговых решений с учетом кросс-культурных различий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса на практических занятиях; в форме теста и решения практических задач; промежуточная аттестация в форме зачета в виде итогового тестирования.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг малого и среднего бизнеса»
(Б1.В.ОД.7)**

Дисциплина «Маркетинг малого и среднего бизнеса» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

- ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

профессиональных:

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

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;

- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации;

- СПК-5 Способность формирования комплексной системы маркетинговых коммуникация.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

- роль, значение и сущность маркетинга в малом и среднем предпринимательстве;
- российский и международный опыт маркетинга в малом и среднем предпринимательстве;

- место маркетинга в малом и среднем предпринимательстве в процессе формирования конкурентоспособности организации путём создания и донесения ценностей для удовлетворения нужд потребителей;

- методы и процедуры маркетинговых технологий в области малого и среднего бизнеса;

- анализ рыночной конъюнктуры, участие в формировании целевых рынков;

- реализация товарной, ценовой и распределительной политик МСБ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса на практических занятиях; в форме теста и решения практических задач; промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг промышленного производства»
(Б1.В.ДВ.2.2)**

Дисциплина «Маркетинг промышленного производства» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;
- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями и спецификой маркетинговой деятельности на различных промышленных предприятиях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости; промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (70 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг услуг» (Б1.В.ДВ.2.1)

Дисциплина «Маркетинг услуг» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;
- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями и спецификой маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости; промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (70 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговое планирование и аудит»
(Б1.В.ОД.4)**

Дисциплина «Маркетинговое планирование и аудит» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;
- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации;
- СПК-4 Умение разрабатывать, внедрять и оценивать результаты интернет- маркетинга;
- СПК-5 Способность формирования комплексной системы маркетинговых коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением процессов маркетингового планирования и контроля в их взаимосвязи и взаимовлиянии, обозначено место планирования и аудита маркетинга в системе управления маркетингом на предприятиях и в организациях, даны этапы маркетингового планирования, рассмотрены стратегическое и оперативное маркетинговое планирование и основные виды контроля маркетинга на предприятиях и в организациях, указана взаимосвязь и взаимозависимость между разработкой стратегии маркетинга и маркетинговым планированием, рассмотрено место маркетингового планирования и аудита в общей системе стратегического управления на предприятиях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации, курсовое проектирование.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, анализа ситуаций (метод кейсов), выполнения контрольных заданий и тестов и промежуточная аттестация в форме экзамена (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студентов (14 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговые исследования и анализ»
(Б1.В.ДВ.5.1)**

Дисциплина «Маркетинговые исследования и анализ» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой связей с общественностью и массовых коммуникаций.

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и адаптация ее к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации;
- СПК-4 Умение разрабатывать, внедрять и оценивать результаты интернет- маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением методов сбора, систематизации, отображения и анализа данных по разным аспектам маркетинговой деятельности, т.е. изучением функции обеспечения связи с рынками и потребителями, посредством информации, подготовкой специалистов по рекламе и связям с общественностью к деятельности по информационному обеспечению принятия стратегических и оперативных решений, снижению уровня неопределенности результатов профессиональной деятельности, составлению прогнозов развития рыночной конъюнктуры.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, анализа анкет и результатов исследований, выполнения творческих заданий и промежуточная аттестация в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (20 часов), практические занятия (22 часа), самостоятельная работа студента (66 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методы исследований в менеджменте» (Б1.Б.5)

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

- ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

общепрофессиональных:

- ОПК-3 Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;

профессиональных:

- ПК-4 Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

- ПК-7 Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

- ПК-10 Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теорией принятия решений и исследования операций, линейное программирование, оптимизационные задачи теории графов, методы анализа и обоснования управленческих решений в условиях неопределенности и многокритериальности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации, курсовое проектирование.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения и анализа кейсов, индивидуального творческого задания; промежуточная аттестация в форме письменного экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (16 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работы студента (22 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Налоговый менеджмент» (Б1.В.ДВ.1.2)

Дисциплина «Налоговый менеджмент» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-3 Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- ПК-6 Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- СПК-3 Умение осуществлять планирование, управление и контроль финансовыми потоками.

Дисциплина изучает базовые понятия теории налогового менеджмента, формирует у студентов знания основных способов налогового планирования, методов налоговой оптимизации, методик расчета налоговой нагрузки предприятий и организаций. Дисциплина развивает умения анализировать имеющуюся систему налогообложения, оценивать налоговую нагрузку хозяйствующих субъектов, составлять налоговый бюджет. В результате освоения дисциплины студенты должны овладеть навыками выявления резервов и нахождения способов снижения налоговой нагрузки, формирования грамотной стратегии снижения налоговой нагрузки с низкими рисками, навыки поиска и анализа нормативно-правовых документов в области налогообложения, сбора и систематизации нормативно-правовой информации для решения профессиональных задач в области налогообложения; навыки управления налоговыми затратами хозяйствующих субъектов и принятия эффективных управленческих решений на основе данных налогового учета.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме письменного теста, решения задач и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (26 часов), самостоятельная работа студента (72 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Правовые основы управленческой деятельности» (Б1.В.ДВ.1.1)

Дисциплина «Правовые основы управленческой деятельности» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой связей с общественностью и массовых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

- ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

профессиональных:

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

Целью освоения дисциплины является получение студентами знаний и умений в области права, необходимых для поиска нужной нормы, правильного ее толкования, при нарушении прав уметь защитить интересы свои, другого человека, работодателя, общества, государства.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением основ нормативного регулирования управленческой деятельности в Российской Федерации, а также корпоративного, кадрового менеджмента и других видов администрирования, юридической ответственности участников правоотношений в области управленческой деятельности; ознакомлением с важнейшими принципами основ правового регулирования управленческой деятельности; раскрытием сущности и содержания правового обеспечения административной деятельности в Российской Федерации; формированием навыков применения нормативных правовых актов управленческой деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения и анализа кейсов, в форме индивидуального творческого задания; промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (26 часов), самостоятельная работа студента (72 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Практика маркетинговых исследований» (Б1.В.ДВ.5.2)

Дисциплина «Практика маркетинговых исследований» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой связи с общественностью и массовых коммуникаций.

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и адаптация ее к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации;

- СПК-4 Умение разрабатывать, внедрять и оценивать результаты интернет-маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с выбором методов проведения маркетинговых исследований, выбором методов сбора данных, разработки форм для сбора данных, разработкой плана проведения исследований, организацией и проведением сбора данных, анализом данных и подготовкой отчета.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, анализа анкет и результатов исследований, выполнения творческих заданий и промежуточная аттестация в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (20 часов), практические занятия (22 часа), самостоятельная работа студента (66 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Региональный маркетинг» (Б1.В.ДВ.4.1)

Дисциплина «Региональный маркетинг» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общефессиональных:

- ОПК-2 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

профессиональных:

- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и их адаптация к маркетинговой деятельности организации;

- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации.

Целью дисциплины является углубленное изучение маркетинга как системообразующего звена в процессах формирования и реализации стратегии развития территории, обеспечения инвестиционной привлекательности, отбора и поддержки инвестиционных проектов, которые в наибольшей степени отвечают текущим и будущим потребностям региона.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

- основные понятия, сущность, содержание регионального (территориального) маркетинга;

- концептуальные положения регионального маркетинга;

- региональный маркетинг в системе рыночных преобразований;

- региональный маркетинг в управлении стратегическим развитием территорий РФ;

- формирование имиджа территории как стратегическое направление развития регионов;

- механизм адаптации регионального маркетинга в территориальные структуры управления;

- экономический механизм регионального маркетинга;

- оценка конкурентных позиций территорий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса на практических занятиях; в форме теста и решения

практических задач; промежуточная аттестация в форме зачета в виде итогового тестирования.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реинжиниринг бизнес-процессов» (Б1.В.ОД.5)

Дисциплина «Реинжиниринг бизнес-процессов» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-2 Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- ПК-4 Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

Целью дисциплины является получение слушателями целостного представления о концепции управления изменениями и бизнес-процессами компании и роли реинжиниринга бизнес-процессов, как инструмента преобразований деятельности компании.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с построением системы бизнес-процессов организации, внедрением процессного подхода к управлению, регламентацией бизнес-процессов организации, их реорганизацией и другими аспектами процессного подхода к управлению современной организации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и выполнения самостоятельной работы и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (12 часов), практические занятия (32 часа), самостоятельная работа студента (64 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные концепции менеджмента» (Б1.Б.2)

Дисциплина «Современные концепции менеджмента» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономика и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:
профессиональных:

- ПК-1 Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- ПК-2 Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;

- ПК-7 Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с мировыми тенденциями в развитии менеджмента, включающими в себя философию улучшения. Процессный подход к системе менеджмента предприятия. В курсе рассматриваются:

- современная практика мониторинга процессов деятельности;
- внутренний аудит, самооценка как источники информации о результативности деятельности.
- практика измерения результативности процессов деятельности как обратная связь в системе стратегического планирования улучшения;
- современный инструментарий улучшения деятельности

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения и анализа кейсов, в форме индивидуального творческого задания; промежуточная аттестация в форме письменного экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (16 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа студента (58 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный стратегический анализ» (Б1.В.ОД.7)

Дисциплина «Современный стратегический анализ» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурных:

- ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- профессиональных:

- ПК-2 Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- ПК-3 Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- ПК-4 Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- ПК-5 Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с анализом конкурентных преимуществ посредством идентификации, развития и использования ресурсов и способностей компании, способов развития потенциала, возможностей использования сильных сторон предприятия, снижения отрицательных последствий слабых и угроз внешней среды, конкурентной и инновационной антикризисной политики.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения и анализа кейсов, в форме индивидуального творческого задания; промежуточная аттестация в форме письменного экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг» (Б1.В.ОД.3)

Дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-5 Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и адаптировать их к маркетинговой деятельности организации;
- СПК-3 Владение навыками применения результатов комплексной оценки факторов внутренней и внешней среды в стратегическом планировании организации;
- СПК-5 Способность формировать комплексную систему маркетинговых коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и реализацией маркетинговых стратегий организаций. Рассматриваются вопросы выбора организацией целевых рынков и сегментов, стратегического позиционирования, формирования и реализации конкурентных преимуществ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, курсовое проектирование.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, учитывающий посещаемость студентами занятий, участие в обсуждении и самостоятельном выполнении заданий, результаты компьютерного тестирования с последующим самостоятельным анализом предложенной практической ситуации или решения предложенных задач; промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (14 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение» (Б1.Б.5)

Дисциплина «Теория организации и организационное поведение» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономика и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций: общекультурных:

- ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

- ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
 - ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- общепрофессиональных:
- ОПК-2 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- профессиональных:
- ПК-1 Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организационным проектированием как процессом разработки проектов организации социально-экономических систем с целью придания процессу создания новых или развитию действующих систем, целенаправленности, научной обоснованности. Рассматриваются стадии и этапы, система методов организационного проектирования, состав проектной документации и методы ее разработки, методы экономического обоснования организационных проектов, оценки их социально-экономической эффективности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме обсуждения и анализа кейсов, в форме индивидуального творческого задания; промежуточная аттестация в форме письменного экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (16 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа студента (22 часа).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление дистрибуцией» (Б1.В.ДВ.3.2)

Дисциплина «Управление дистрибуцией» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций:

- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-5 способность формирования комплексной системы маркетинговых коммуникаций

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с управлением продажами на уровне дистрибутора, а именно оптимизацией распределения и повышения эффективности дистрибуторского канала, а также с управлением продажами через розницу.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление конкурентоспособностью товаров и услуг»
(Б1.В.ОД.9)**

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью товаров и услуг» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций:

- ПК-5 Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- СПК-1 Умение строить модели оценки требований потребителей и адаптация ее к маркетинговой деятельности организации;
- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-5 Способность формирования комплексной системы маркетинговых коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением конкурентоспособности, включая конкурентоспособность отдельных товаров и услуг и конкурентоспособность предприятия в целом, а так же методики их оценки и основные критерии конкурентоспособности, что необходимо для подготовки будущих магистров-маркетологов к деятельности, в условиях обострения конкурентной борьбы, по оценке конкурентоспособности товаров и услуг в конкретной рыночной ситуации и эффективно-му направленному воздействию на уровень и критерий конкурентоспособности выбранных товаров и услуг. В дисциплине даны существующие методы оценки конкурентоспособности, перспективные направления повышения конкурентоспособности и инструменты управления конкурентоспособностью на основе комплексного анализа конкурентной среды .

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, анализа ситуаций (метод кейсов), решение задач, выполнения контрольных заданий и тестов и промежуточная аттестация в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студента (50 часов).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление маркетинговыми проектами»
(Б1.В.ОД.6)**

Дисциплина «Управление маркетинговыми проектами» входит в состав вариативной части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций:

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

- СПК-2 Способность анализа и оценки факторов для разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- СПК-4 Умение разрабатывать, внедрять и оценивать результаты интернет-маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: усвоение базовых понятий по управлению проектами, формирование навыков по разработке и внедрению маркетинговых проектов, развитие способности управления проектами на всех стадиях реализации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, курсовое проектирование.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекции (10 часов), практические занятия (32 часа), самостоятельная работа студента (66 часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управленческая экономика» (Б1.Б.4)

Дисциплина «Управленческая экономика» входит в состав базовой части ОПОП ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:
общекультурных:

- ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

профессиональных:

- ПК-4 Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными закономерностями развития рыночного хозяйства и общих принципов поведения фирм в условиях рынка. Рассматриваются вопросы формирования рыночного спроса, принципы определения фирмами оптимального объема выпуска, технологии эффективного ценообразования на конкурентных и монополизированных рынках, возможности использования теории игр для разработки управленческих решений.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, учитывающий посещаемость студентами занятий, участие в обсуждении и самостоятельном выполнении заданий, результаты компьютерного тестирования с последующим самостоятельным анализом предложенной практической ситуации или решения предложенных задач; промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекции (16 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа студента (22 часа).