



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
Школа экономики и менеджмента

Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.03.02 Менеджмент

Программа академической магистратуры

Программа: Экономика и менеджмент окружающей среды

(Environmental Economics and Management)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток
2017

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Глобальная научная коммуникация»

Учебный курс «Глобальная научная коммуникация» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент «Экономика и менеджмент окружающей среды» (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «Глобальная научная коммуникация» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (32 часа), контролируемая самостоятельная работа (36 час), самостоятельная работа (36 час). Дисциплина реализуется на 2 курсе во 3 семестре.

Дисциплина «Глобальная научная коммуникация» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)», «Presentation Skills (Развитие навыков презентации)», «Effective Business Presentations (Эффективные бизнес презентации)».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Технологии и креативность.
2. Личная интеллектуальная трансформация.
3. Коммуникации.
4. Применение предметных и профессиональных знаний для глубокого понимания практики.
5. Этика и политика.

Цель – обеспечить поддержку студентов в углублении их понимания

текущих научных и технологических разработок для повышения их профессионального развития, взаимодействия с инновациями и навыков междисциплинарного сотрудничества.

Задачи:

- акцентировать внимание студентов на креативности, уверенности и компетентности в отношении применения технологий;
- создать условия для формирования у студентов интереса к исследуемому объекту и критического мышления;
- создать условия для формирования обоснованных позиций и стратегий студентов;
- создать условия для коммуникации с целью эффективного распространения лучших практик;
- создать условия для более глубокого понимания научных и практических явлений;
- создать условия для поддержки инноваций в междисциплинарных командах.

Для успешного изучения дисциплины «Глобальная научная коммуникация» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- способностью генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 - способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и	Знает	– существующие тренды в технологическом прогрессе – техники выработки и формулирования

образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности		решений
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – применять креативные подходы к решению сложных задач; – демонстрировать критические суждения; – вести аргументированную дискуссию – оценивать свои идеи и приоритеты
	Владеет	– приемами и техниками критического анализа информации
ОК-3 - умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – техники активного слушания; – современные этические принципы; – техники выработки и формулирования решений
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – применять креативные подходы к решению сложных задач – формулировать и задавать вопросы – принимать обоснованные решения
	Владеет	– приемами выстраивания коммуникации
ОК-6 -способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – современные этические принципы; – техники выработки и формулирования решений
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать критические суждения; – вести аргументированную дискуссию; – формулировать и задавать вопросы
	Владеет	– приемами и методами критического анализа и оценки сложных профессиональных вопросов
ОК-7 способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – техники активного слушания – современные этические принципы
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – вести аргументированную дискуссию; – формулировать и задавать вопросы
	Владеет	– приемами выстраивания коммуникации
ПК-12 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – современные этические принципы; – техники выработки и формулирования решений
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – применять креативные подходы к решению сложных задач; – демонстрировать критические суждения – принимать обоснованные решения
	Владеет	– приемами выстраивания коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Глобальная научная коммуникация» применяются следующие методы

активного: работа в парах и малых группах, дискуссии, элементы коммуникативных тренингов, видео.

Abstract for the course **«Global Research Communication»**

The course «Global Research Communication» is developed for the students of the field of study 38.04.02 Management «Environmental Economics and Management».

The course «Global Research Communication» is included to the basic part of the block «Disciplines (modules)».

The course has 3 credits, 108 hours. The curriculum consist of lectures (4 hours), practicals (32 hours), controlled self-guided work (36 hours), self-guided work (36 hours). The course is taught during the 2nd year, 3rd semester.

The course «Global Research Communication» is based on knowledge and skills received as a result of studding the course « Critical Thinking and Research» and let a student prepare for such courses as «Marketing Management», «Presentation Skills », «Effective Business Presentations».

The content of the course:

6. Technologies and creativity.
7. Personal intellectual transformation.
8. Communication.
9. Appliance of professional knowledge for deeper understanding of practice.
10. Ethics and policies.

Aim of the course – provide support to students in deepening their understanding of current scientific and technological development to enhance their professional development, interaction with innovations and interdisciplinary collaboration skills.

Objectives:

- focus students on creativity, confidence and competence in the use of technology;
- to create conditions for the formation of students' interest in the object under study and critical thinking;
- create conditions for the formation of sound positions and strategies of students;
- create conditions for communication in order to effectively disseminate best practices;
- create conditions for a deeper understanding of scientific and practical phenomena;
- create the conditions to support innovation in interdisciplinary teams.

For successful study of the course «Global Research Communication» students should have the following competences:

- ability to abstract thinking, analysis, synthesis;
- the ability to quickly master new subject areas, identify contradictions, problems and develop alternative solutions to them;
- ability to generate ideas in scientific and professional activities;
- readiness for self-development, self-realization, use of creative potential.

As a result students will have the following general professional and professional competencies (elements of competencies):

Competence	Stages of competence formation	
GPC-1 - ability to creatively adapt the achievements of foreign science, technology and education to domestic practice, a high degree of professional mobility	Knows	- existing trends in technological progress - techniques for developing and formulating solutions
	Able to	- Apply creative approaches to solving complex problems; - demonstrate critical judgments; - lead a well-reasoned discussion - evaluate your ideas and priorities
	Uses	- techniques and techniques of critical information analysis
GPC -3 - ability to work in project interdisciplinary teams, including as a leader	Knows	- techniques of active listening; - modern ethical principles; - techniques for developing and formulating solutions
	Able to	- apply creative approaches to solving complex problems - formulate and ask questions - make informed decisions

	Uses	- methods of building communication
GPC -6 - ability to conduct scientific discussion, knowledge of the norms of the scientific style of the modern Russian language	Knows	- modern ethical principles; - techniques for developing and formulating solutions
	Able to	- demonstrate critical judgments; - conduct a well-reasoned discussion; - formulate and ask questions
	Uses	- methods and methods of critical analysis and assessment of complex professional issues
GPC -7 - ability to free scientific and professional communication in a foreign language environment	Knows	- techniques of active listening - modern ethical principles
	Able to	- conduct a well-reasoned discussion; - formulate and ask questions
	Uses	- methods of building communication
PC -12 - ability to present the results of the study as a scientific report, article or report	Knows	- modern ethical principles; - techniques for developing and formulating solutions
	Able to	- Apply creative approaches to solving complex problems; - demonstrate critical judgments - make informed decisions
	Uses	- methods of building communication

The following active methods are used to form the above competencies within the course «Global Research Communication»: work in pairs and small groups, discussions, elements of communication trainings, video.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Critical Thinking and Research (Критическое мышление и
исследование)»**

Учебный курс «Критическое мышление и исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент. Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management).

Дисциплина «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, в том числе 4 зачетных единицы (144 часа) на элемент модуля «Дизайн исследовательского проекта» и 1 зачетная единица (36 часов) на элемент модуля «Критическое мышление». Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (14 часов), практические занятия (34 часов), самостоятельная работа (180 часов). В том числе – элемент модуля «Дизайн исследовательского проекта»: 12 часа лекции, 24 часов практики, 144 часа самостоятельной работы; элемент модуля «Критическое мышление»: 2 часа лекций, 10 часов практики, 36 часа самостоятельной работы. Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «Глобальные научные коммуникации», а также к прохождению практик, в том числе научно-исследовательской работы, участию в научно-исследовательском семинаре, к прохождению учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков; к подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины состоит из двух модулей и охватывает следующий круг вопросов:

- Дизайн исследовательского проекта, в том числе разработка академических, прикладных (социальных и предпринимательских) проектов, декомпозиция проектов на поисковый, описательный и аналитический этапы,

подготовка инструментария для сбора эмпирических данных.

- Критическое мышление, в том числе формирование общей культуры исследовательской работы.

Цель – освоение студентами базовых знаний, навыков и умений дизайна и проведения академических и прикладных исследований, формирование у студентов системного представления о природе исследования, его основных типах, этапах и методах, развитие у студентов культуры исследовательской работы и подготовки их к написанию научных работ и статей.

Задачи:

- формирование углубленного понимания студентами особенностей дизайна исследовательского проекта в зависимости от вида проекта (академического, социального и управленческого/предпринимательского);

- получение студентами практических знаний и навыков определения мотивации, противоречия, цели и задач, объекта и предмета исследования, выдвижения рабочих гипотез, выбора методов сбора информации, возможностей совмещения методов, а также методов анализа данных и представления результатов исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

– готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

– способностью проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

– способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;

– способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способностью к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-4 умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и вырабатывать альтернативные варианты их решения	знает	Основные подходы к поиску научной информации, сложившиеся в экономических и иных общественных науках
	умеет	Критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных источников и вырабатывать на их основе альтернативные варианты
	владеет	Навыками выявления новых предметных областей, противоречий и выработки альтернативных решений на основе анализа информации из различных источников
ОК-2 готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	знает	Теоретико-методологические принципы выявления закономерностей, формирования выборок, проведения экспериментов
	умеет	Умеет использовать современные технические и информационные средства для решения аналитических и исследовательских задач
	владеет	Навыками анализа и интерпретации теоретических и эмпирических текстов, навыками анализа и интерпретации экономических, социальных, управленческих данных, а также навыками устной и письменной презентации результатов проведенного исследования
ОК-8 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	знает	Объем понятия критическое мышление, уровни познавательных задач по Блуму, структуру и модели умозаключений, стратегии работы с текстом; типы организационной структуры текста; определение аргументации; типы логических нарушений

	умеет	Определять и оценивать выводное знание (дедуктивную валидность, допущения и т.д.), интерпретировать высказывания и идеи, использовать различные стратегии чтения научного текста; определять аргументацию и оценивать ее качество
	владеет	Навыками оценки качества научного текста
ОК-5 способностью генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности	знает	Закономерности, правила и инструменты для генерирования идей в менеджменте
	умеет	Оперировать набором инструментов в соответствии с правилами генерирования идей
	владеет	Навыками составления «ментальных карт», методами «мозгового штурма» и латерального мышления
ОК-10 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	знает	Способы развития креативного мышления
	умеет	Генерировать и применять идеи в новых, нестандартных ситуациях и контекстах, определять альтернативные способы решения задач, создавать новые связи между объектами и явлениями для получения положительных результатов
	владеет	Навыками креативного мышления через исследование социальных и экономических вопросов в историческом и современном контекстах, которые не имеют прямых и очевидных ответов, но требуют нестандартных решений
ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	знает	Жанры научного стиля речи, их основные характеристики; отличительные особенности научного стиля речи русского языка и иностранного языка
	умеет	Различать и использовать жанры научного стиля, адекватные коммуникативной задаче в области менеджмента

	владеет	Навыками работы с текстами различных жанров научного стиля, в т.ч. чтения, интерпретации и создания и презентации текста
ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	знает	Теоретико-методологические основы организации и проведения исследований в области менеджмента
	умеет	Планировать академические и прикладные исследования, различая методы, актуальные для пилотажных/ разведывательных; описательных; аналитических и интерпретативных этапов/типов проектов
	владеет	Навыками сбора, критической оценки и анализа данных разных типов (количественных и качественных; экспериментальных и данных наблюдений; микроданных и агрегированных данных)

Abstract of the Course Syllabus “Critical Thinking and Research”

The course “Critical Thinking and Research” is designed for the students, majoring in 38.04.02 Management. Environmental Economics and Management.

The course “Critical Thinking and Research” is a part of the variable unit “Courses (Modules)”.

The total course workload is 5 credits, 180 academic hours, including Module “Research” - 4 credits (144 academic hours) and Module “Critical Thinking” - 1 credit (36 academic hours). The curriculum provides lectures (14 academic hours), tutorials (34 academic hours), independent learning (180 academic hours). In particular, Module “Research”: lectures (12 academic hours), tutorials (24 academic hours), independent learning (144 academic hours); Module “critical Thinking”: lectures (2 academic hours), tutorials (10 academic hours), independent learning (36 academic hours). The course is taught in the 1st semester of the 1st course.

“Critical Thinking and Research” is a foundation course both for the course “Global Scientific Dialogue” and a number of Internships, including Research Internship, Research Workshop, Academic Internship for Primary Professional Skills and preparations and procedures of the thesis defense.

The course comprises two modules addressing the following topics:

- Research design, including the design of academic, applied (social and entrepreneurial) projects, project decomposition into expository and analytical stages, a range of tools for empiric evidence.
- Critical Thinking, including research culture.

The course **aims at** developing students’ fundamental scope of knowledge and skills in carrying out academic and applied research, consistent research thinking (origins of research, its types, stages and methods), developing students’ research culture, including students’ academic writing skills.

Objectives:

- to develop students' profound understanding of research design in relation to the project type (academic, social and entrepreneurial).

- to obtain applied knowledge and skills for defining research motivation, contradiction, aims and objectives as well as research object and subject, hypothesis, methods, including the methods for data analysis and research findings presentation.

The following students' competences are prerequisites of the course «Critical Thinking and Research»:

- the ability to self-development in the professional field, including cultural intelligence;
- the ability to enter the academic, research, economic, political and cultural community of Russia and Asia-Pacific region;
- leadership and decision-making skills, taking responsibility for professional results;
- the ability to utilize creatively research and technological breakthroughs in the professional field in relation to regional and world job market demands;
- the ability to realize, utilize, create and present innovative ideas in discussions and publications in Russian language;
- the ability to hold oral and written intercultural and interpersonal communication in Russian and English languages;
- the ability to self-organization and self-education

The learning outcomes are the following general competences (GC) and general professional competences (GPC) (their elements) to be developed:

Code and competence description	Stages of competence development	
GC-4 to be able to promptly new subject domains, explore determining contradictions, problems and elaborating alternative solutions	knows	Major principles for research evidence search in the field of economic and other social studies
	can	Critically evaluate, select and utilize information from different sources and generate alternatives based on the varied information
	can	Determine new subject domains, contradictions and generate alternatives based on the information analysis
GC-2 to be able to	knows	Pattern determination (theory and methods), sampling,

demonstrate leadership skills, possess effective technologies to solve professional problems		experiment procedures
	can	Utilize relevant IT tools in research
	can	Analyze and interpret academic texts; economic, social data and evidence in the field of management; make oral and written presentation of research findings
GC-8 to be able to think in the abstract manner, analyze and synthesize	knows	Definition of the term “Critical thinking”, classification of educational goals by B. Bloom, structure and patterns of reasoning, reading strategies, organizational types of texts; definition of the term “Argumentation”; types logical fallacies
	can	Determine and evaluate inferences (deductive validity, assumptions, etc.), interpret ideas and utterances, utilize different reading strategies; determine and evaluate argumentation
	can	Evaluate a journal article
GC-5 to be able to generate ideas in research and professional fields	knows	Patterns, rules and tools for generating ideas in the field of management
	can	Utilize tools for generating ideas
	can	Create “mind maps”, do brainstorming and apply lateral thinking
GC 10 to be apt to self-learning and creative thinking	knows	Tools to develop creative thinking
	can	Generate and utilize ideas in new, irregular situations and contexts, determine alternative ways of problem-solving, create new links between objects and phenomena to get positive results
	can	Apply creative thinking in the research of social and economic issues through historical and contemporary contexts, having no direct and obvious answers with irregular solutions to be required
GPC-1 to be able to hold oral and written professional communication in Russian and foreign languages	knows	Genres of scientific style, their major features characteristic of Russian and foreign languages
	can	Determine and utilize genres of scientific style appropriate for a particular communicative task in the field of management
	can	Deal with texts of different genres, including reading,

		interpreting, writing and presenting texts
GPC-3 to be able to carry out independent research justifying its relevance	knows	Research procedures (theory and methods) in the field of management
	can	Organize academic and applied research in relation to the methods, relevant to a pilot study/exploratory; expository; analytical and interpretative project stages/types
	can	Search for, critically evaluate and analyze data (quantitative and qualitative data; experimental and observation evidence; micro- and aggregated data)

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Economics and Management: Adaptation Course
(Экономика и управление: адаптационный курс)»

Учебный курс «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)».

Дисциплина «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), контроль самостоятельной работы (КСР) (18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Основы менеджмента», «Статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в международном бизнесе», «Эконометрика».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Математика и статистика в современной экономике: методология статистики, основные категории статистики, методы наблюдений, сводки и группировки статистической информации, статистические группировки, ряды распределения, графическое изображение статистических данных,

статистические таблицы; абсолютные показатели, относительные показатели статистические средние, анализ вариационных рядов, выборочный метод, методы изучения динамики социально-экономических явлений, методы анализа основной тенденции в рядах динамики, методы выявления сезонной компоненты.

2. Основы современной экономики: основные закономерности функционирования экономики; эволюция экономических концепций и теорий, анализ современных направлений экономических учений в трудах Нобелевских лауреатов по экономике возможности практического применения современных экономических исследований (поведенческая экономика и патернализм).

3. Основы менеджмента: теоретико-методологические основы менеджмента, эволюция концепций менеджмента; функции планирования и организации, мотивации и контроля; коммуникации в менеджменте; разработка и принятие управленческих решений; управление персоналом, групповая динамика, управление конфликтами, стрессами и изменениями; власть и лидерство.

Цель – овладение методами и способами статистического количественного и качественного анализа социально-экономических явлений и процессов и их взаимосвязей, дисциплина ориентирована на изучение понятий и инструментария, специфичного для данной области знаний; формирование необходимых основ современного экономического мышления на базе разностороннего осмысления сущности экономических явлений и процессов; систематизация у магистрантов научных фундаментальных знаний в области менеджмента, закрепление магистрантами практических навыков выполнения основных функций менеджмента, применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с установленными требованиями к избранному виду деятельности.

Задачи:

– дать основополагающие представления знаний в области общей

теории математики и статистики, основ экономической статистики и международной статистики;

- изучить базовые понятия области производства статистических расчетов, в использовании методов статистического анализа;
- приобрести знания и навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности;
- сформировать у студентов представление об экономике как науке, изучающей поведение людей в условиях ограниченности ресурсов;
- познакомить студентов с основными разделами экономической науки, важнейшими результатами, имеющимися в этих разделах;
- овладеть современной экономической терминологией и основными методами экономического анализа;
- показать главные задачи, проблемы и вопросы современной экономики;
- овладеть содержанием управленческой деятельности;
- подготовить конкурентоспособных специалистов высшего и среднего уровня, обеспечивающих выполнение миссии и достижение целей организации.

Для успешного изучения дисциплины «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;
- способность оформить и представлять результаты проведенного

исследования научному сообществу в виде статьи или доклада, с возможным использованием различных инновационных и интерактивных форм представления информации, владение необходимыми навыками в составлении обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии по тематике научных интересов (в соответствии с направленностью (профилем) программы магистратуры);

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-4 умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и вырабатывать альтернативные варианты их решения	Знает	основные понятия по методам научных исследований методы научных исследований и определение их принадлежности к научным направлениям источники информации по методам и подходам к проведению исследований
	Умеет	четко, логично и последовательно излагать свою позицию проводить научное исследование в соответствии с поставленной целью и задачами, определять логику проведения научного исследования относительно оценки эффективности бизнес-проектов
	Владеет	инструментами и методами проведения научных исследований методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов компьютерными программами
ОК-8 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знает	основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения
	Умеет	анализировать, обобщать и воспринимать информацию ставить цель и формулировать задачи по её достижению
	Владеет	культурой экономического мышления
ОК-9 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знает	основы этики науки, принципы коммуникации научного сообщества
	Умеет	действовать в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения
	Владеет	навыками коммуникации

ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента модели поведения экономических агентов и рынков методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей
	Умеет	разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений организовать работу малого коллектива, рабочей группы
	Владеет	методологией экономического исследования современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений

Abstract of

«Economics and Management: Adaptation Course

The «Economics and Management: Adaptation Course» is the compulsory course of the part of Educational Master's Degree Program ««Environmental Economics and Management», 38.04.02 «Management». It is prepared for Master's education of given Program.

The «Economics and Management: Adaptation Course» is included in the basic part of the block «Disciplines (modules)».

The Course workload is 5 total credits, 180 academic hours, including lectures (18 hours), workshops (36 hours), self-directed work control (18 hours), self-directed work (108 hours, including 36 exam preparation hours). The final course assessment is the exam in the end of the fall semester of the first year.

The «Economics and Management: Adaptation Course» is based on the knowledge from other courses, such as «Microeconomics», «Macroeconomics», «Fundamentals of Management», «Statistics». In turn, it is the basement for other courses preparation of Curriculum, such as «Marketing Management», «Econometrics».

The course consists of three modules and covers the following issues:

1. Module «Mathematics and statistics in modern economics»: the methodology of statistics, the main categories of statistics, the organization of state statistics of the Russian Federation, methods of observation, summaries and groupings of statistical information, statistical groupings, distribution series, graphical representation of statistical data. statistical tables, absolute indices, relative indicators, statistical averages, analysis of variation series, selective method, methods of studying the dynamics of socio-economic phenomena, methods for analyzing the main trend in the series of dynamics, methods for identifying the seasonal component, methods of studying the interrelation of socio-economic phenomena, statistical methods of communication modeling, nonparametric methods.

2. Module «Fundamentals of modern economics» covers issues related to the consideration of fundamental of economic performance; the evolution of economic concepts and theories; analysis of modern directions of economic doctrines in the works of Nobel laureates in Economics; the possibilities of practical application of modern economic research (Behavioral Economics and Paternalism).

3. Module «Fundamentals of Management» is devoted to the following issues: theoretical and methodological fundamentals of Management, the evolution of Management concepts; functions of planning and organization, motivation and control; communication in Management; development and Management decision-making; personnel management, group dynamics, conflict Management, stress and change; power and leadership.

The **purpose of the course** is mastering the techniques and methods of statistical quantitative and qualitative analysis of socio-economic processes and their interrelations. Discipline is focused on the study of concepts and tools specific to this area of the knowledge; development of the necessary foundations of modern economic thinking on the basis of a diverse understanding of the essence of economic phenomena and processes; systematization of scientific fundamental knowledge in the field of management, reinforcement of practical skills and their practical implementation in accordance with the established requirements for the chosen activity.

Objectives of the course are:

- to understand the concepts, key theories and practices, relating to the Economics and Management, Statistics and Math;
- to get basic knowledge in statistical calculations;
- to acquire knowledge and skills for creative transferring the theory into practice;
- to develop student’s understanding of economics as a science that studies the behavior of people in conditions of resources scarcity;
- to introduce students with fundamentals of modern economics;
- to be master in modern economic terminology and main methods of

economic analysis;

– to expand the competence in the field of management, and effective business decision-making;

– to be ready for demonstration effective communication skills for successful activity in the field of Economics and Management.

The following preliminary competences should be formed for successful study of «Economics and Management: Adaptation Course». At the beginning of the course a student should be able to:

– get ability to generate ideas in scientific and professional activities;

– to be ready for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity;

– get ability to conduct independent research in accordance with the developed program;

– get ability to formalize and present the results of the study to the scientific community in the form of an article or report, with the possible use of various innovative and interactive forms of presenting information, possession of the necessary skills in the preparation of reviews, annotations, abstracts and bibliography on the subject of scientific interests (in accordance with the profile) graduate programs).

The following general cultural and professional competences (competency elements) are being formed as a result of «Economics and Management: Adaptation Course» studying.

Code and the wording of competence	Stages of competence forming	
GC-4 ability to undertake quickly new subject areas, identify contradictions, problems and develop alternative solutions)	To know	essence of scientific research methods peculiarities of scientific research methods in different directions source of data according to scientific research methods and approaches
	To be able	to present clearly, logically and consistently to conduct scientific research in accordance with the goal and objectives to determine the logic of conducting scientific research regarding to the assessment of the business projects effectiveness
	To have skills	technique and methodology of scientific research in the professional field

		to conduct business projects using computer techniques in the field of economics and management
GC-8 ability to abstract thinking, analysis, synthesis	To know	technique and methods related to the data collecting analyzing the ways to formalize goals and methods to achieve it
	To be able to	analyze, compile and perceive information set a goal and formulate tasks to achieve it
	To have skills	in implementation of economic thinking culture
GC-9 to be ready for acting in non-standard situation, to hold social and ethical responsibility for decisions taken	To know	the basis of science ethics, the principles of communication in the scientific community
	To be able to	act in acting in non-standard situation, to hold social and ethical responsibility for decisions taken
	To have skills	in communications
PC-1 ability to manage organizations, branches, groups (teams), projects and networks	To know	the main results of the latest research on management issues behavior models of economic agents and markets; methods for calculating and analyzing the main economic indicators of projects and networks
	To be able to	develop and evaluate plans, projects, taking into consideration regulatory, resource, administrative and other restrictions organize the work of a small team and working group
	To have skills	in methodology of economic research in modern methods of organizing a small team for economic projects in independent work, self-organization and carrying out of assignments

Аннотация к рабочей программе дисциплины
« The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий.
Портфельное управление)»

Учебный курс «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программы «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (30 часов), практические занятия (42 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (60 часов), 36 часов - контроль. Дисциплина реализуется в 1-2 семестрах (1 курс).

Дисциплина «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Firms and Markets (Фирмы и рынки)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как « Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» / Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе), « Entrepreneurship (Предпринимательство)» и другие.

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность и функции портфельного управления. Структура и основные школы стратегического управления; Краткая история стратегического

управления. Специфика стратегического управления в международном бизнесе и управлении проектами;

2. Типы стратегий; Анализ внешней и внутренней среды в международном бизнесе и управлении проектами;

3. Стратегическое планирование; Стратегические изменения; Стратегический контроль; Реализация стратегии;

Цель – для студентов овладеть теоретическими знаниями, приобрести и развить практические навыки в области стратегического управления на международных предприятиях и в проектах; анализ, планирование и внедрение стратегического управления.

Задачи:

- изучение основ стратегического менеджмента,
- изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка;
- овладение практическим инструментарием стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;
- овладение методами формирования стратегий;
- ознакомление с новейшими техниками современного стратегического менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;

- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- способность собирать, хранить, обрабатывать и оценивать информацию, необходимую для организации и управления их профессиональной деятельностью (анализ рынка, управление проектами, лидерство, предпринимательство и стратегическое управление); применять основные методы и средства получения, хранения и обработки информации, а также работать с компьютером в качестве средства управления информацией;

- готовность выявлять и удовлетворять потребности рынка с точки зрения стратегического управления компанией, чтобы обеспечить достижение стратегических бизнес-целей, привести проекты в соответствие со стратегиями компании, повысить ценность продуктов и услуг.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	Знает	- Формы лидерства, организационная работа с командой, управление технологиями
	Умеет	-влияние команды на решение профессиональных задач; -внести весомый вклад в качестве члена команды; - -принимать обоснованные решения
	Владеет	-эффективные технологии для решения профессиональных задач; навыки создания эффективных проектных команд
ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их	Знает	-содержание процессов управления портфелем проектов;

реализацию	Умеет	-организовать управление программой и портфелем проектов в компании;
	Владеет	-увеличить стоимость портфеля проектов;
ПК-5 способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	-содержание программ управления процессами;
	Умеет	-отбирать, оценивать и отбирать портфельные проекты;
	Владеет	-привести проекты в соответствие со стратегиями компании;
ПК-6 способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	-Подходы к инновационным решениям в областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Умеет	-Разрабатывать инновационные решения в различных областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Владеет	-Способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
ПК-14 способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	Знает	-методы оценки, отбора и отбора проектов;
	Умеет	-оценить зрелость управления программами и портфелями проектов, разработать меры по ее улучшению.
	Владеет	-организационные навыки для обеспечения достижения стратегических целей бизнеса
ПК-7 способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	-основные инструменты для анализа критических факторов внешней среды
	Умеет	-принимать эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений с точки зрения стратегического подхода
	Владеет	современные методы сбора, обработки и анализа управленческих, экономических и социальных данных

ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	основы управления коллективом в условиях разнообразия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий
	Умеет	вырабатывать решения с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в коллективе
	Владеет	способностью адекватно реагировать на нестандартные ситуации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), тестирование, реферат, кроссворд.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)»

Учебный курс «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)».

Дисциплина «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (27 часов), практические занятия (45 часов, в том числе МАО 36 часов), контроль самостоятельной работы (КСР) (54 часа), самостоятельная работа студентов (162 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре (зачет) и на 2 курсе в 3 семестре (экзамен).

Дисциплина «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)», «Econometrics (Эконометрика)», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)».

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Основные концепции в области экономики окружающей среды и использования природных ресурсов: объект, цель, задачи, методы экономики окружающей среды, фундаментальные вопросы экономического подхода к вопросам окружающей среды, показатели устойчивого развития, «экологический след», экологические границы экономической деятельности, окружающая среда как социальный актив.

2. Экономическая оценка окружающей среды: биоцентрический и антропоцентрический подходы, природный капитал и экосистемные услуги, методы и проблемы экономической оценки окружающей среды, анализ затрат и выгод, экономика благосостояния и общественные блага, методы экономической оценки экологических благ, провалы рынка, внешние эффекты («экстерналии») и их регулирование, налог Пигу, необходимость государственного вмешательства, права собственности, теорема Коуза.

3. Экономические инструменты экологической политики: административные и рыночные инструменты экологической политики, налоги на продукцию, налоги на выбросы, субсидии на сокращение выбросов, технологические стандарты, регулирование цен и количества выбросов: разница с учетом неопределенности, система «cap-and-trade», бесплатное размещение квот и аукцион, сравнительный анализ различных инструментов.

4. Международное сотрудничество в области экономики окружающей среды: международная система охраны окружающей среды, экономика ущерба, причины изменения климата и адаптация, международные соглашения по снижению «парникового эффекта», инструменты национальной климатической политики, углеродные налоги и системы торговли квотами на выбросы парниковых газов, добровольный углеродный рынок.

5. Природоохранные стратегии компаний: окружающая среда в концепции корпоративной социальной ответственности, концепция «общих ценностей», феномен дивестиций, экологические стандарты и их роль в глобальной конкуренции, зеленые технологии в современном мире и переход к низкоуглеродной экономике.

Цель – освоение студентами основных концепций в области экономики окружающей среды: теорий, связанных с использованием природных ресурсов, на основе применения микроэкономического и статистического анализа, что позволит студентам приобрести не только теоретические знания,

но и практические навыки с целью принятия эффективных управленческих решений, повысит их уровень компетенций, как специалистов, способных понимать и применять методы количественной оценки экологических благ.

Задачи:

- сформировать у студентов понимание теоретических концепций в области экономики окружающей среды и использования природных ресурсов;
- создать у студентов представление о международном сотрудничестве в области экономики и охраны окружающей среды;
- ознакомить студентов с основными инструментами экологической политики на международном, региональном и национальном уровнях;
- овладеть навыками использованием базовой статистики в контексте экономики окружающей среды с применением вербального и статистического представления экономических идей и анализа, включая взаимосвязь между ними при проведении учебных занятий;
- сформировать у студентов навыки использования экономических инструментов анализа окружающей среды;
- приобрести знания и навыки в области применения методы экономической оценки экологических благ;
- сформировать у студентов умение работы с научной литературой (в том числе, на иностранном языке), а также со статистическими базами данных по экономике окружающей среды.

Для успешного изучения дисциплины «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;

- способность оформить и представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада, с возможным использованием различных инновационных и интерактивных форм представления информации, владение необходимыми навыками в составлении обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии по тематике научных интересов (в соответствии с направленностью (профилем) программы магистратуры);

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	методы количественного и качественного анализа для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в практике экономики и менеджмента окружающей среды
	Умеет	применять количественные и качественные методы анализа для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в практике экономики и менеджмента окружающей среды
	Владеет	количественными и качественными методами для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами в практике экономики и менеджмента окружающей среды
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
	Умеет	применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
	Владеет	методами экономического анализа

		поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде при принятии управленческих решений
ПК-10 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знает	основные результаты и возможности новейших исследований по проблемам экономики и менеджмента окружающей среды, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	Умеет	обобщать, критически оценивать, находить применение результатов научных исследований в практике экономики и менеджмента окружающей среды, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	Владеет	способностью формулировать актуальные научные проблемы в практике экономики и менеджмента окружающей среды с учетом обобщения и критической оценки опыта отечественных и зарубежных исследователей
ПК-14 способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	Знает	методы организации исследований и исследовательские стратегии по проблемам менеджмента и экономике окружающей среды
	Умеет	применять методы организации исследований и исследовательские стратегии по проблемам менеджмента и экономике окружающей среды
	Владеет	современными методами организации исследований и исследовательскими стратегиями по проблемам менеджмента и экономике окружающей среды

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, кейс-стади, метод составления интеллект-карт, метод проблемного обучения.

Abstract to
«Environmental Economics»

The «Environmental Economics» is the course of the part of Educational Master's Degree Program «Environmental Economics and Management», 38.04.02 «Management». It is prepared for Master's education of given Program.

The « Environmental Economics» Course is included in the variable part of the block «Disciplines (modules)».

The Course workload is 8 total credits, 288 academic hours, including lectures (27 hours), workshops (45 hours, including active learning methods of 36 hours), self-directed work control (54 hours), self-directed work (162 hours, including 36 exam preparation hours). The course assessment is the pass/fail in the end of the spring semester of the first year. The final course assessment is the exam in the end of the fall semester of the second year.

The «Environmental Economics» Course is based on the knowledge from other courses, such as «Resources, Environment and Sustainability», «Econometrics». In turn, it is the basement for other courses preparation of Curriculum, such as «Green Gases and Ecosystems».

The course consists of five modules and covers the following issues:

1. Basic concepts in the field of environmental economics and natural resource use: object, purpose, objectives, methods of environmental economics, fundamental issues of economic approach to environmental issues, indicators of sustainable development, ecological footprint, ecological boundaries of economic activity, environment as a social asset.

2. Economic environmental valuation: biocentric and anthropocentric approaches, natural capital and ecosystem services, methods and problems of economic environmental valuation, cost-benefit analysis, welfare economics and public goods, methods of economic valuation of environmental benefits, market failures, external effects («externalities») and their regulation, Pigou tax, the need for government intervention, property rights, Coase's theorem.

3. Economic tools for environmental policy: regulatory and market-based tools of environmental policy, pollution charges; deposit-refund systems; tradable permits; market barrier reductions and government subsidy reductions, carbon taxes and the cap-and-trade system, a comparative analysis of various tools.

4. International cooperation in the field of environmental economics: international environmental protection system, damage economics, causes of climate change and adaptation, greenhouse effect reducing international agreements, national climate policy instruments, carbon taxes and greenhouse gas emission trading systems, voluntary carbon market.

5. Environmental strategies of the companies: social responsibility and environment, the concept of «shared values», the phenomenon of divestment, environmental standards and their role in global competition, green technologies in the global economy and the transition to a low-carbon economy.

The **purpose of the course** is mastering basic concepts in the field of environmental economics, it is designed to help students understand theories related to natural resources and make use of microeconomic and statistical analysis, which will allow students to acquire not only theoretical knowledge, but also practical skills in order to make effective management decisions; as the specialists able to understand and apply methods of quantitative assessment of environmental benefits.

Objectives of the course are:

- to discuss and demonstrate an understanding of key concepts in environmental economics and the economic issues related to a wide range of environmental problems;
- to create students' understanding of international cooperation in the field of economics and environmental protection;
- to familiarize students with the main tools of environmental policy at the international, regional and national levels;
- to demonstrate understanding of verbal and statistical representation of economic ideas and analysis, including the relationship between them;

- to develop students' skills in implementing economic tools for environmental analysis;
- to acquire knowledge and skills in the application of methods for the economic evaluation of environmental goods;
- to form students' ability to work with scientific literature (including in a foreign language), as well as with statistical databases on the environment economics.

The following preliminary competences should be formed for successful study of «Environmental Economics». At the beginning of the course a student should be able to:

- get ability to generate ideas in scientific and professional activities;
- to be ready for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity;
- to have skills of quantitative and qualitative analysis making management decisions, designing economic, financial, organizational and managerial models by adapting them to specific management tasks;
- get ability to conduct independent research in accordance with the developed program;
- get ability to formalize and present the results of the study to the scientific community in the form of an article or report, with the possible use of various innovative and interactive forms of presenting information, possession of the necessary skills in the preparation of reviews, annotations, abstracts and bibliography on the subject of scientific interests (in accordance with the profile) graduate programs).

The following professional competences (competency elements) are being formed as a result of «Environmental Economics» studying.

Code and the wording of competence	Stages of competence forming	
PC-8 the ability to use quantitative and qualitative methods for conducting applied research and business process management, to prepare	To know	quantitative and qualitative methods for conducting applied research and business process management in environmental economics
	To be	apply quantitative and qualitative methods for

analytical materials on the results of their research	able to	conducting applied research and business process management in environmental economics
	To have skills	in quantitative and qualitative methods for conducting applied research and business process management in environmental economics
PC-9 mastering the methods of economic and strategic analysis of the economic agents and markets behavior in the global environment	To know	the methods of economic and strategic analysis of the economic agents and markets behavior in the global environment
	To be able to	apply the methods of economic and strategic analysis of the economic agents and markets behavior in the global environment
	To have skills	in the methods of economic and strategic analysis of the economic agents and markets behavior in the global environment in management decisions making
PC-10 the ability to summarize and critically apprise the relevant research findings on topical management issues being done by our and foreign scientists	To know	the breaking research findings on topical environmental management and economics issues being done by our and foreign scientists
	To be able to	summarize, find application and critically apprise the relevant research findings on topical management issues being done by our and foreign scientists
	To have skills	in formulating relevant research findings on topical environmental management and economics issues based on summarizing and critically apprising of the results obtained by our and foreign scientists
PC-14 ability to apply research design methods and research strategies	To know	the research design methods and research strategies in environmental management and economics
	To be able to	apply research design methods and research strategies in environmental management and economics issues
	To have skills	in contemporary research design methods and research strategies in environmental management and economics issues

The following methods of active/interactive learning for forming competencies of «Environmental Economics» are: round table method, case-study method, mind mapping method, the method of problem-based learning.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
« Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)»

Учебный курс «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)».

Дисциплина «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены два учебных модуля: Environmental Resources (Природные ресурсы) включающих лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельную работу (18 часов), контроль (36 часов), итого 72 часа; International Environmental Law (Международное право по окружающей среде) включающих лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельную работу (18 часов), контролируруемую самостоятельную работу (36 часов), итого 72 часа. Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2-м семестре.

Дисциплина Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research» и «Introduction to Big Data» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Green Gases and Ecosystems», «Ecological Tourism».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Природно-геологическая обусловленность минеральных ресурсов

Дальнего Востока. Тихоокеанский рудный пояс. Основные месторождения драгоценных и цветных металлов, способы их освоения и использования. Анализ динамики добычи золота, серебра и платиноидов на Дальнем Востоке, в России и в мире. Виды топливно-энергетических ресурсов Дальнего Востока, их распространение и запасы. Уникальные месторождения коксующегося угля, природного газа и нефтей. Альтернативные источники энергии, их использование и перспективы. Новое решение в дальневосточной атомной энергетике – плавучая АЭС. Лесные ресурсы как одно из главных богатств Дальнего Востока. Виды лесов, лесопользования, лесопереработка. Древесные и недревесные ресурсы леса. Морские биологические ресурсы: рыбные, ресурсы беспозвоночных, морского зверя, водоросли. Береговая и морская переработка, рост потребления рыбы населением Дальнего Востока. Развитие марикультуры: проблемы и перспективы.

2. Современное экологическое право. Объекты экологического права. Оценка воздействия на окружающую среду. Экологическая экспертиза. Международные проекты и ОВОС. Кадастры природных ресурсов и рациональное природопользование.

Цель: сформировать у студентов основы экологического и правового мышления связанного с рациональным природопользованием Дальнего Востока.

Задачи:

- понять природную обусловленность различных ресурсов и видов природопользования на Дальнем Востоке;
- изучить топливно-энергетические, минеральные и биологические ресурсы как основу экономики региона;
- оценить современные (социальные и экономические) возможности освоения природных ресурсов Дальнего Востока.
- изучить нормативно-правовую базу рационального природопользования;

- понять принципы оценки воздействия на окружающую среду при осуществлении крупных международных проектов.

Для успешного изучения дисциплины «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

Знать:

- законы развития природы, общества и мышления и уметь оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности;
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

Уметь:

- быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;

Владеть:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-11 способность представлять	Знает	особенности природно-климатических условий и ресурсного потенциала регионов Дальнего Востока;

результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада		нормативно-правовую базу в области экологического права и принципы составления отчетов об ОВОС и экологической экспертизе.
	Умеет	анализировать обеспеченность ресурсами, динамику их добычи, области использования; анализировать имеющуюся научную литературу, нормативно-правовые акты и отчеты об ОВОС, экологической экспертизе и результаты публичных слушаний связанные с оценкой крупных международных проектов на территории РФ.
	Владеет	методами обработки, анализа и синтеза информации о природных ресурсах и их рациональном использовании; нормативно правовой и научной базой в области экологии.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-беседа, обсуждение проблемных вопросов на семинарах (дискуссия), доклады.

ANNOTATION

The course “Resources, Environment and Sustainability” is intended for students in the area of training 38.04.02 Management (Environmental Economics and Management).

The discipline "Resources, Environment and Sustainability" is included in the variable part of the block "Disciplines (modules)".

The total complexity of the discipline is 4 credits, 144 hours. The curriculum provides for two training modules: Environmental Resources including lecture classes (9 hours), practical classes (9 hours), independent work (18 hours), control (36 hours), total 72 hours; International Environmental Law (International Environmental Law) includes lectures (9 hours), practical classes (9 hours), independent work (18 hours), controlled independent work (36 hours), a total of 72 hours. Discipline is implemented on the 1st course in the 2nd semester.

The discipline Resources, Environment and Sustainability (Resources, Environment and Sustainable Development) "is based on the knowledge and skills gained from studying the disciplines" Critical Thinking and Research "and" Introduction to Big Data "and allows you to prepare students for the development of a number of such disciplines as “Green Gases and Ecosystems”, “Ecological Tourism”.

The content of the discipline consists of two sections and covers the following range of issues:

1. Natural and geological conditionality of the mineral resources of the Far East. Pacific ore belt. The main deposits of precious and non-ferrous metals, methods of their development and use. Analysis of the dynamics of gold, silver and platinoid mining in the Far East, in Russia and in the world. Types of fuel and energy resources of the Far East, their distribution and reserves. Unique deposits of coking coal, natural gas and oil. Alternative energy sources, their use and prospects. A new solution in the Far Eastern nuclear power industry is a floating nuclear power plant. Forest resources as one of the main riches of the Far East. Types of forests, forest management, timber processing. Wood and non-timber

forest resources. Marine biological resources: fish, invertebrate resources, sea animals, algae. Coastal and marine processing, the growth of fish consumption by the population of the Far East. The development of mariculture: problems and prospects.

2. Modern environmental law. Objects of environmental law. Environmental Impact Assessment. Environmental assessment. International projects and EIA. Cadastres of natural resources and environmental management. Objective: to form students' foundations of environmental and legal thinking associated with the rational nature management of the Far East.

Tasks:

- understand the natural conditionality of various resources and types of environmental management in the Far East;
- to study fuel, energy, mineral and biological resources as the basis of the regional economy;
- assess the modern (social and economic) possibilities of developing the natural resources of the Far East.
- to study the legal and regulatory framework for environmental management;
- understand the principles of environmental impact assessment when implementing large international projects.

To successfully study the “Resources, Environment and Sustainability” discipline, students should have the following preliminary competencies:

Know:

- the laws of the development of nature, society and thinking and be able to operate this knowledge in their professional activities;
- quantitative and qualitative methods for conducting applied research and business process management, prepare analytical materials on the results of their use;

Be able to:

- quickly master new subject areas, identify contradictions, problems, and develop alternative solutions to them;

- to lead a scientific discussion, knowledge of the norms of the scientific style of the modern Russian language;

- conduct independent research, justify the relevance and practical significance of the chosen topic of scientific research;

Own:

- ability to abstract thinking, analysis, synthesis;

- ability to take into account the consequences of management decisions and actions from the position of social responsibility.

As a result of studying this discipline, students form the following professional competencies (elements of competencies).

Code of competence	Stages of the formation of competence	
PC-11 the ability to present the results of the study in the form of a scientific report, article or report	Knows	osobnosti prirodno-klimaticheskikh usloviy i resursnogo potentsiala regionov Dal'nego Vostoka; normativno-pravovuyu bazu v oblasti ekologicheskogo prava i printsipy sostavleniya otchetov ob OVOS i ekologicheskoy ekspretize. features of climatic conditions and resource potential of the regions of the Far East; the legal framework in the field of environmental law and the principles for the preparation of reports on EIA and environmental exposure.
	be able to	analyze the availability of resources, the dynamics of their production, the field of use; analyze the existing scientific literature, regulations and reports on EIA, environmental impact assessment and the results of public hearings related to the evaluation of large international projects in the territory of the Russian Federation.
	Owns	methods for processing, analyzing and synthesizing information about natural resources and their rational use; regulatory and scientific base in the field of ecology.

The following active / interactive learning methods are used to form the above competencies within the “Resources, Environment and Sustainability” discipline: lecture-conversation, discussion of problematic issues at seminars (discussion), reports.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Фирмы и рынки» («Firms and markets»)

Учебный курс «Фирмы и рынки» предназначен для студентов магистратуры «Экономика и менеджмент окружающей среды», обучающихся по направлению 38.04.02 - менеджмент. Дисциплина «Фирмы и рынки» Б1.В.03 входит в вариативную часть блока Б1.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 часа (4 зачетные единицы). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре. Форма контроля по дисциплине – экзамен.

Дисциплина «Фирмы и рынки» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин бакалавриата, таких как «Микроэкономика-1/2», «Экономика фирмы», «Теория отраслевых рынков», «Теория игр», адаптационного курса магистратуры «Экономика и управление», и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)».

Целью изучения дисциплины является формирование у будущих бакалавров продвинутых теоретических знаний и практических навыков в области теории фирмы и теории организации рынков.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить принципы, на которых базируются современные представления о рынках несовершенной конкуренции;
- изучить формальные математические модели монополии, олигополии, монополистической конкуренции и основные экономические взаимосвязи, в них заложенные, выработать у студентов основные навыки проведения исследования в рамках изученных моделей;

– научить студентов адаптировать общие теоретические модели к задачам конкретного проекта;

– научить студентов владеть инструментарием, позволяющим осуществлять теоретические и эмпирические исследования в области теории организации рынков.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: введение в теорию организации рынков; источники рыночной власти; антимонопольная политика; инновации, сети, посредники; олигополия с однородным продуктом; олигополия с дифференцированным продуктом; модели пространственного размещения; вход на рынок; горизонтальные слияния; сговоры и их устойчивость; выявление сговоров; вертикальные отношения; экономика рекламы; ценовая дисперсия и потребительский поиск; поведенческая экономика отраслевых рынков.

Для успешного изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

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

владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии.

Планируемые результаты обучения по данной дисциплине соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют этапы формирования следующих компетенций:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-8 - способность использовать количественные и качественные методы для	Знает	– способы обработки массива экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценки, интерпретации полученных результатов и обоснования выводов; – способы поиска информации по полученному

<p>проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>		<p>заданию, сбора и анализа данных, необходимых для проведения экономических расчетов, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;</p>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – обрабатывать массив экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов; – осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения экономических расчетов, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска и использования информации об экономических явлениях, событиях и проблемах.
<p>ПК-9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – особенности поведения фирм (компаний) на отраслевых рынках; – взаимодействие субъектов экономики в процессе образования крупных структур - рынков в отраслях экономики; – стратегию ценообразования фирм в условиях власти рынка; – модели, описывающие поведение агентов с учетом неоднородности их свойств и способов поведения, стратегического взаимодействия участников экономических процессов, неполноты и асимметрии информации, неопределенности и риска, пространственного фактора и сетевых эффектов, экстерналий и институциональных ограничений.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – выделять элементы функционирования отраслевых рынков; – строить стандартные теоретические и экономико-математические модели исследуемых процессов, явлений и объектов отраслевой экономики, анализировать и интерпретировать полученные результаты.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками выделения элементов функционирования отраслевых рынков; – основными методами, теоретическим инструментарием и моделями описывающими поведение фирм с учетом неоднородности их свойств и способов поведения, стратегического взаимодействия участников экономических процессов, неполноты и асимметрии информации, неопределенности и риска, пространственного фактора и сетевых эффектов, экстерналий и институциональных ограничений.
<p>ПК-14 способность применять методы организации</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – закономерности функционирования и развития различных отраслей и рынков и результаты влияния на их деятельность экономической политики

исследований и исследовательские стратегии		<p>правительства;</p> <ul style="list-style-type: none"> – классические и современные модели несовершенной конкуренции, и их приложения к практическим задачам.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – применять изученные теоретических модели и методы для решения прикладных задач для бизнеса и государственного управления; использовать теории организации рынков в качестве инструмента для принятия управленческих решений и выработки экономической политики фирм и регулирующих рынки органов; – самостоятельно очерчивать соответствующие теоретические предпосылки и рамки анализа, строить адекватные экономической реальности, модели.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками применения изученных теоретических моделей и методов для решения прикладных задач для бизнеса и государственного управления; – основными методами и инструментарием анализа и построения моделей для принятия управленческих решений и выработки экономической политики фирм и регулирующих рынки органов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Фирмы и рынки» применяются как традиционные образовательные технологии в форме лекций и практических занятий, так и интерактивные методы обучения, дискуссии и обсуждения, анализ кейсов. Активно используется статейный материал, видео, презентации. Постоянно проводятся самостоятельные и контрольные работы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)»

Учебный курс «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Resources, Environment and Sustainability (Ресурсы, среда и устойчивое развитие)», «Econometrics (Эконометрика)», «Research Methods (Методы исследований)», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Environmental Economics (Экономика окружающей среды)», «Marketing Management (Маркетинговое управление)», «Ecological Tourism (Экологический туризм)».

Ключевым элементом курса является понимание источников и типов воздействий парниковых газов на основные экосистемы планеты. Студенты ознакомятся с современной научной зарубежной и отечественной литературой по оценке воздействия парниковых газов на экосистемы. Студенты будут работать с действующими нормативно-правовыми актами в

области экологии по существующим и планируемым международным проектам по оценке воздействия парниковых газов.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Изменение климата: причины, основные факторы изменения, изменения в настоящем и будущем, роль антропогенного фактора. Глобальное потепление: темпы роста температуры, изменение климата в России, опасные природные явления.

2. Парниковые газы: источники, виды, измерения, тепловой баланс, концентрация в атмосфере, основные эмитенты, прогнозы, социальная стоимость.

3. Декарбонизация: цели и задачи Парижского соглашения, стратегия низкоуглеродного развития, формула декарбонизации, ограничения и запреты на добычу, ВИЭ (возобновляемые источники энергии), стоимость «зеленой» энергии, инвестиции, дивестиции.

4. Регулирование выбросов парниковых газов: цели и задачи, «три кита» углеродного регулирования, экономические механизмы регулирования, перспективы декарбонизации экономики России.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний о влиянии парникового эффекта на различные виды экосистем, которые помогут будущему специалисту в решении вопросов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Задачи:

- изучить источники парниковых газов;
- изучить особенности основных экосистем;
- понять пути воздействия парниковых газов на работу основных экосистем;
- сформировать представление о прогнозных моделях парникового эффекта для различных экосистем.

Для успешного изучения дисциплины «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)» у обучающихся должны быть

сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	новые направления исследований в изучении парниковых газов, технологий, препятствующих повышению уровня парниковых газов, современные особенности эффективного проведения научно-исследовательской работы, способы их применения с целью оптимизации экспериментально-исследовательской процесса в области экономики природопользования.
	Умеет	обосновывать актуальность и анализировать стратегические задачи в области экономики природопользования.
	Владеет	навыками определения практической значимости избранной темы научного исследования.

ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	требования и принципы представления результатов исследования.
	Умеет	представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, тезисов, статьи или доклад.
	Владеет	методами и специализированными средствами для аналитической, экспериментальной работы, подготовки отчетной научно-технической документации.
ПК-11 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	правила формирования отчетных документов по результатам проведенного исследования, основные формальные позиции структурированного научного отчета.
	Умеет	компетентно донести основные позиции научного исследования для широкой аудитории.
	Владеет	Научной терминологией, навыками ораторского искусства, самопрезентации.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Green Gases and Ecosystems (Парниковые газы и экосистемы)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-беседа, обсуждение проблемных вопросов на семинарах (дискуссия), доклад и презентация.

Annotation to the work program of the discipline “Green Gases and Ecosystems”

The training course "Green Gases and Ecosystems (Greenhouse gases and ecosystems)" is intended for students of the direction of training 38.04.02 "Management", (qualification (degree) "master").

The discipline "Green Gases and Ecosystems" is included in the variable part of the block "Disciplines (modules)".

The total complexity of the discipline is 3 credit units, 108 hours. The curriculum provides practical classes (36 hours, including an IAO 18 hours), independent work (72 hours). Discipline is implemented on the 2nd course in the 3rd semester.

The discipline "Green Gases and Ecosystems (Greenhouse gases and ecosystems)" is based on the knowledge, skills and abilities obtained as a result of studying the disciplines "Critical Thinking and Research", "Economics and Management: Adaptation Course", "Resources, Environment and Sustainability", "Resources, Environment and Sustainability" "Research Methods" and allows to prepare students to the development of a number of disciplines such as "Environmental Economics", "Marketing Management", "Ecological Tourism".

A key element of the course is an understanding of the sources and types of effects of greenhouse gases on the main ecosystems of the planet. Students will get acquainted with modern scientific foreign and domestic literature on the assessment of the impact of greenhouse gases on ecosystems. Students will work with existing environmental legislation on existing and planned international projects to assess the impact of greenhouse gases.

The content of the discipline covers the following issues:

1. Climate change: causes, main factors of change, changes in the present and future, the role of the anthropogenic factor. Global warming: temperature growth rates, climate change in Russia, natural hazards.

2. Greenhouse gases: sources, types, measurements, heat balance, concentration in the atmosphere, major issues, forecasts, social value.

3. Decarbonization: goals and objectives of the Paris Agreement, low-carbon development strategy, decarbonization formula, production restrictions and bans, renewable energy sources (renewable energy), the cost of "green" energy, investment, dividing.

4. Regulation of greenhouse gas emissions: goals and objectives, "three pillars" of carbon regulation, economic regulation mechanisms, prospects for decarbonization of the Russian economy.

The goal is for students to acquire theoretical knowledge about the effect of the greenhouse effect on various types of ecosystems that will help the future specialist in solving issues related to their professional activities.

Tasks:

- examine the sources of wig gases;
- study the characteristics of the main ecosystems;
- understand how greenhouse gases are affecting the work of major ecosystems;
- to form an idea about the predictive models of the greenhouse effect for different ecosystems.

To successfully study the «Green Gases and Ecosystems» discipline, students should have the following preliminary competencies:

- ability to self-improvement and self-development in the professional sphere, to improve the general cultural level;
- readiness to integrate into the scientific, educational, economic, political and cultural space of Russia and the APR;
- the ability to take initiative and make responsible decisions, aware of the responsibility for the results of their professional activities;
- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- ability to self-organization and self-education;

- ability to use regulatory documents in their professional activities, willingness to comply with current legislation and the requirements of regulatory documents;

- ability to abstract thinking, analysis, synthesis;

- ability to take into account the consequences of management decisions and actions from the position of social responsibility.

As a result of studying this discipline, students form the following general professional and professional competencies (elements of competencies):

Code and the wording of competence	Stages of the formation of competence	
<u>general professional competence 3:</u> ability to conduct independent research, substantiate the relevance and practical significance of the chosen topic of scientific research	Knows	new research directions in the study of greenhouse gases, technologies that prevent the increase in greenhouse gases, modern features of effective research, ways their application in order to optimize the experimental research process in the field of environmental economics.
	Be able to	justify the relevance and analyze the strategic objectives in the field of environmental economics.
	Owning	skills to determine the practical significance of the chosen topic of scientific research.
<u>professional competence 8:</u> the ability to use quantitative and qualitative methods to conduct applied research and business process management, to prepare analytical materials on the results of their application	Knows	requirements and principles for presenting research results.
	Be able to	present the results of the study in the form of a scientific report, thesis, article or report.
	Owning	methods and specialized tools for analytical, experimental work, preparation of reporting scientific and technical documentation.
<u>professional competence 11:</u> the ability to present the results of a study in the form of a scientific report, article or report	Knows	rules for the formation of reporting documents based on the results of the study, the main formal positions of a structured scientific report.
	Be able to	competently convey the basic positions of scientific research to a wide audience.
	Owning	scientific terminology, skills of oratory, self-presentation.

The following methods of active / interactive learning are used to form the above competencies within the discipline "Green Gases and Ecosystems (Greenhouse gases and ecosystems)": lecture-conversation, discussion of problematic issues at seminars (discussion), report and presentation.

ABSTRACT

Master's degree in 38.04.02 Management

Study program: “Environmental Economics and Management”

Course title: “Econometrics”

Variable part of Block 1, 7 credits

Instructor: Karp Dmitry Borisovich, Candidate of physical and mathematical sciences, Associate Professor. Nagapetyan Artur Rubikovich, Assistant.

At the beginning of the course a student should be able to:

- the ability of self-improvement and self-development in the professional field, of improvement of the cultural level;
- readiness to integrate into scientific, educational, economic, political, and cultural areas of Russia and countries of the Asia-Pacific Region;
- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- the ability of self-organization and self-education;
- the ability to collect, store, process and evaluate the information necessary for the organization and management of professional activities;
- the ability to apply the basic methods and tools for receiving, storing and processing information; to work with the computer as an information management tool.

Learning outcomes:

- the ability to conduct independent research, to justify the relevance and practical significance of the chosen topic of scientific research (GPC -3);
- the ability to determine the organization development prospects based on assessment of the company's market position and environmental factors influence trend (SPC-5);
- the ability to act projectively based on the development of innovative solutions in various areas of management (SPC-6);

- the ability to use quantitative and qualitative methods to make applied research and business processes management, to prepare analytical materials based their application results (SPC-8);

- can use methods for economic and strategic analysis of economic agents behavior and markets in a global environment (SPC-9);

- the ability to substantiate the relevance, theoretical and practical significance of the selected topic of scientific research (SPC-12).

Course description:

The content of the discipline consists of three sections and covers the following range of issues:

1. Introduction to Econometrics. Data and their preliminary processing. Correlation analysis of quantitative variables. Coefficient of determination. Correlation coefficient. Correlation ratio. Correlation analysis of quantitative variables. Partial and multiple correlation coefficients. Correlation analysis of ordinal and categorized variables.

2. Regression analysis. Least square method. Significance of regressors and models. The problem of multicollinearity. Methods of elimination. The principal component method. Heteroskedasticity and residual autocorrelation. Weighted and generalized OLS. Models with variable structure. The use of dummy variables. Heterogeneity of data. Nonlinear models that can be directly linearized. Box-Cox procedure. Binary result indicators. Logit and probit models. Forecasting the dynamics of economic indicators.

3. Time series analysis. Trend Seasonality. Cycle. Analytical trends. Moving average. Exponentially weighted moving average. Seasonality and its elimination. Residue processing models. ARMA-models and their identification. Accounting time lags. Models with distributed lags. Model Koyka. Panel data. Model with fixed effects. Systems of simultaneous equations. The problem of endogeneity. Instrumental variables. Introduction to assessment using specialized statistical packages.

Main course literature:

1. Ioan Constantin Dima, Mariana Man (2015). Modelling and Simulation in Management. Springer International Publishing. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:851194&theme=FEFU>
2. J. Paul Elhorst (2014) Spatial Econometrics. Springer Berlin Heidelberg. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:854386&theme=FEFU>
3. Giovanni Cerulli (2015). Econometric Evaluation of Socio-Economic Programs. Springer Berlin Heidelberg. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:857572&theme=FEFU>
4. Van-Nam Huynh, Vladik Kreinovich, Songsak Sriboonchitta (2014). Modeling Dependence in Econometrics. Springer International Publishing. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:858875&theme=FEFU>
5. Vikram Dayal (2015). An Introduction to R for Quantitative Economics. Springer India. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:851979&theme=FEFU>
6. Kamil Feridun Turkman, Manuel González Scotto, Patricia de Zea Bermudez (2015). Non-Linear Time Series. Springer International Publishing. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:859116&theme=FEFU>
7. Gauss M. Cordeiro, Francisco Cribari-Neto (2014). An Introduction to Bartlett Correction and Bias Reduction. Springer Berlin Heidelberg. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:860472&theme=FEFU>

Form of final control: exam

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Эконометрика»

Учебный курс «Эконометрика» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент. Магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды».

Дисциплина «Эконометрика» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (24 часов), практические занятия (24 часов), лабораторные занятия (24 часа), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов), самостоятельная работа студентов (144 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 и 2 семестре.

Дисциплина «Эконометрика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономика окружающей среды», «Фирмы и рынки», прохождению практики и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Введение в эконометрику. Данные и их предварительная обработка. Корреляционный анализ количественных переменных. Коэффициент детерминации. Коэффициент корреляции. Корреляционное отношение. Корреляционный анализ количественных переменных. Частные и множественный коэффициенты корреляции. Корреляционный анализ порядковых и категоризованных переменных.

2. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Значимость регрессоров и модели. Проблема мультиколлинеарности. Методы устранения. Метод главных компонент. Гетероскедастичность и автокорреляция остатков.

Взвешенный и обобщенный МНК. Модели с переменной структурой. Использование дамми-переменных. Неоднородность данных. Нелинейные модели, поддающиеся непосредственной линейаризации. Процедура Бокса-Кокса. Бинарные результирующие показатели. Логит- и пробит-модели. Прогнозирование динамики экономических показателей.

3. Анализ временных рядов. Тренд. Сезонность. Цикл. Аналитические тренды. Скользящее среднее. Экспоненциально взвешенное скользящее среднее. Сезонность и ее устранение. Модели обработки остатков. ARMA-модели и их идентификация. Учет временных лагов. Модели с распределенными лагами. Модель Койка. Панельные данные. Модель с фиксированными эффектами. Системы одновременных уравнений. Проблема эндогенности. Инструментальные переменные. Введение в оценивание с использованием специализированных статистических пакетов.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области применения количественных и качественных методов при проведении и представлении результатов прикладных исследований в области экономики и менеджмента окружающей среды.

Задачи:

- сформировать у студентов единую систему понятий, связанных с получением и обработкой экономических данных, интерпретацией полученных результатов;
- обучить студентов применению эконометрических моделей для адекватного описания сложных экономических процессов и явлений;
- научить экономической интерпретации параметров эконометрических моделей;
- развить у студентов умение оценивать адекватность моделей и сравнивать конкурирующие модели;
- развить навыки использования различных статистических критериев для оценки значимости параметров модели и проверки гипотез о значениях параметров и связях между ними;

- обучить навыкам сбора, обработки и анализа информации, используемой для оценки параметров эконометрической модели, что оказывает существенное влияние на достоверность и точность модели;
- развить способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу сформировать логические связи с другими предметами, входящими в курс образования.

Для успешного изучения дисциплины «Эконометрика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для решения профессиональных задач;
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	теоретические основы реализации исследовательских проектов
	Умеет	умеет проводить исследования обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы

	Владеет	современными методами обработки данных
ПК-5 способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	подходы к оценке основных параметров, характеризующих положения компании на рынке
	Умеет	квалифицированно применять методы идентификации тенденции влияния факторов внешней среды на деятельность компании в различных временных горизонтах
	Владеет	широким спектром инструментов определения перспектив развития организации
ПК-6 способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	методы и подходы к разработке инновационных решений
	Умеет	применять методы и подходы к разработке инновационных решений в различных областях управления
	Владеет	широким спектром инструментов оценки и внедрения инновационных решений в различных областях управления
ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	современные количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований
	Умеет	применять современные количественные и качественные методы в рамках проведения прикладных исследований
	Владеет	широким спектром инструментов для подготовки аналитических материалов по результатам проведения прикладных исследований
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	основные подходы, применяемые в рамках экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов
	Умеет	применять методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в рамках процессов принятия корпоративных решений

	Владеет	широким спектром инструментов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ПК-12 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	подходы к обоснованию актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования
	Умеет	применять методы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования
	Владеет	широким спектром инструментов обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методы исследований 1»

Учебный курс «Методы исследований 1» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Методы исследований 1» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Методы исследований 1» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика», «Управление стратегий. Портфельное управление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговое управление», «Развитие навыков презентации», «Научно-исследовательский семинар» и «Научно-исследовательская работа».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Качественным методам, которые рассматриваются в общем контексте методов исследований. В рамках курса предусмотрен вводный фрагмент, предполагающий знакомство слушателей с теоретическими основаниями и историей развития качественных методов, с многообразием форм и типов качественных исследований.

2. Подробному рассмотрению логики и последовательности действий на разных этапах качественного исследования от исходных посылок до анализа и интерпретации данных.

3. Методы и процедуры анализа качественных данных Виды и специфика качественных данных. Логика анализа качественных данных: аналитическая индукция, построение идеальных типов, иллюстративный метод. Общие принципы аналитического описания. аналитическое «насыщенное» (thick) описание. Концептуализация данных (Grounded Theory). Процедуры кодирования: открытое, осевое и выборочное кодирование. Аналитическая генерализация при малом числе случаев. Презентация результатов качественного исследования, как особый жанр написания экономической работ.

Цель – заложить основы понимания специфики качественных методов, показать сущность и разнообразие исследовательских возможностей качественной исследовательской стратегии, выработать практические навыки планирования и проведения полевого качественного исследования.

Задачи:

- сформировать представление о разнообразии и специфике методов экономической исследования;
- сформировать представление об организационные и инструментальные применения современных методов исследования;
- научить магистров разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной) методов исследования;
- научить оценивать качество использования методов исследования в современной экономика;
- сформировать умения самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;
- сформировать умения по использованию знаний методов и теорий наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Методы исследования: Трек 1:

Качественное исследование» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самостоятельно использовать знания о новейших тенденциях и направлениях современной экономической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования , институтов и процессов, общественного мнения;
- способность к разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной экономика) методов исследования;
- осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учётом целей и задач исследования;
- самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):;

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК -3; способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	основы организации, функционирования и развития проектных команд, в том числе междисциплинарные; психологические аспекты построения команды
	Умеет	организовать междисциплинарные проектные команды, работать в междисциплинарной команде в качестве лидера и исполнителя
	Владеет	навыки в междисциплинарной команде в качестве лидера и менеджера
ПК-8; способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления	Знает	Основные концепции, методики и методы, инструменты качественного и количественного анализа управленческих процессов.

<p>бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-12; способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знает</p>	<p>Особенностями стилей речи, в том числе научного стиля и его применение</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Формулировать научную точку зрения, обосновывать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Способностью обосновать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
<p>ПК-13; способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные концепции, методы и инструменты для качественного и количественного анализа управленческих процессов</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-14; способностью применять методы организации исследований и исследовательские стратегии</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные методы исследовательской деятельности в выбранной профессиональной сфере</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Анализировать альтернативные решения в исследовательских и практических проблемах и оценивать потенциальные преимущества и недостатки применения того или иного варианта</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Навыками анализа методологических проблем, возникающих в решении исследовательских и практических задач, включая междисциплинарную сферу.</p>

Abstract to the work program of the course

«Research methods: Track 1: Qualitative research»

The course «Research methods: Track 1: Qualitative research» is intended for students of the direction of training 38.04.02 Management

The course «Research methods: Track 1: Qualitative research» is included in the list of basic «Courses (modules)».

The course is equivalent to 3 credits total, corresponding to 108 hours. The curriculum comprises lectures (18 hours), practice work (36 hours, including MAO 18 hours), and students' independent work (36 hours), control of students independent work (36 hours). The course is delivered on the 1st year during the 2nd semester.

The course «Research methods: Track 1: Qualitative research» is based on the knowledge, skills and abilities obtained from mastering the courses «Economics and Management: Adaptation Course», «Econometrics» and «The management strategy. Portfolio management» and allows to prepare students for studying a number of courses such as «Marketing Research», «Presentation Skills», «Research Workshop» and «Research Project».

The course consists of three modules and the contents cover the following range of issues:

1. Qualitative methods considered in the general context of research methods. The course includes an introductory fragment, which implies familiarity of the students with the theoretical foundations and history of the development of qualitative methods, with a variety of forms and types of qualitative research.

2. A detailed review of the logic and sequence of actions at different stages of qualitative research from the initial premises to the analysis and interpretation of data.

3. Methods and procedures for analyzing qualitative data. Types and specifics of qualitative data. The logic of qualitative data analysis: analytical induction, construction of ideal types, illustrative method. General principles of the analytical description. Analytical "saturated" (thick) description. Data

Conceptualization (Grounded Theory). Coding procedures: open, axial and selective coding. Analytical generalization in a small number of cases. Presentation of the results of qualitative research, as a special genre of writing economic works.

The goal- is for students to master theoretical knowledge, to acquire and develop practical skills in the field of qualitative research methods; to show the essence and variety of research opportunities of a qualitative research strategy, to develop practical skills for planning and conducting field qualitative research.

Tasks:

- to form an idea of the diversity and specificity of methods of economic research;
- to form an idea of the organizational and instrumental applications of modern research methods;
- to develop tools for specific (and common in modern) research methods;
- to learn to value the relevance of the use of research methods in the modern economy;
- form the ability to independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;
- to form skills for the use of knowledge of the methods and theories of science in the implementation of expert consulting and analytical activities.

For successful study of the course «Research methods: Track 1: Qualitative research» the students must have the following preliminary competences:

- the ability to independently use knowledge of the latest trends and directions of modern economic theory, methodology and methods of the social sciences in relation to the tasks of fundamental or applied research, institutions and processes, public opinion;
- ability to develop tools for specific (and common in modern economics) research methods;
- master new theories, models, research methods, skills for developing new methodological approaches, taking into account the goals and objectives of the study;

- independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;

As a result of studying this course, the students form the following general and specific professional competencies (elements of competencies):

Code of competence	Stages of competence formation	
GPC -3; ability to work in project interdisciplinary teams, including as a leader	Knows	bases of organization, functioning and development of project teams, including interdisciplinary; psychological aspects of team building
	Is able to	organize interdisciplinary project teams, work in an interdisciplinary team as a leader and performer
	possesses	skills in an interdisciplinary team as a leader and as a manager
PC-8; the ability to use quantitative and qualitative methods to conduct applied research and business process management, to prepare analytical materials on the results of their use	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data
	possesses	Research methodology and methods
PC-12; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research	Knows	the specifics of speech genres, especially the scientific style in the use of language means and speech techniques
	Is able to	formulate a scientific perspective in the field; justify the relevance theoretical and practical significance selected topic of science research
	possesses	the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research;
PC-13; ability to conduct independent research in accordance with the developed program	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data

	possesses	Research methodology and methods
PC-14; the ability to apply research organization methods and research strategies	Knows	the main methods of research activities in the chosen professional field
	Is able to	Is able to analyze alternative solutions to research and practical problems and assess the potential gains / losses of the implementation of these options.
	possesses	skills of analyzing methodological problems arising from solving research and practical problems, including interdisciplinary areas

Аннотация к рабочей программе дисциплины « Методы исследований 2»

Учебный курс «Методы исследований 2» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Методы исследований 2» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина « Методы исследований 2» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика», «Управление стратегий. Портфельное управление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговое управление», «Развитие навыков презентации», «Научно-исследовательский семинар» и «Научно-исследовательская работа».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Качественным методам, которые рассматриваются в общем контексте методов исследований. В рамках курса предусмотрен вводный фрагмент, предполагающий знакомство слушателей с теоретическими основаниями и историей развития качественных методов, с многообразием форм и типов качественных исследований.

2. Подробному рассмотрению логики и последовательности действий на разных этапах качественного исследования от исходных посылок до анализа и интерпретации данных.

3. Методы и процедуры анализа качественных данных Виды и специфика качественных данных. Логика анализа качественных данных: аналитическая индукция, построение идеальных типов, иллюстративный метод. Общие принципы аналитического описания. аналитическое «насыщенное» (thick) описание. Концептуализация данных (Grounded Theory). Процедуры кодирования: открытое, осевое и выборочное кодирование. Аналитическая генерализация при малом числе случаев. Презентация результатов качественного исследования, как особый жанр написания экономической работ.

Цель – заложить основы понимания специфики качественных методов, показать сущность и разнообразие исследовательских возможностей качественной исследовательской стратегии, выработать практические навыки планирования и проведения полевого качественного исследования.

Задачи:

- сформировать представление о разнообразии и специфике методов экономической исследования;
- сформировать представление об организационные и инструментальные применения современных методов исследования;
- научить магистров разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной) методов исследования;
- научить оценивать качество использования методов исследования в современной экономика;
- сформировать умения самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;
- сформировать умения по использованию знаний методов и теорий наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Методы исследований 2» у

обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самостоятельно использовать знания о новейших тенденциях и направлениях современной экономической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования , институтов и процессов, общественного мнения;
- способность к разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной экономика) методов исследования;
- осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учётом целей и задач исследования;
- самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК -3; способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	основы организации, функционирования и развития проектных команд, в том числе междисциплинарные; психологические аспекты построения команды
	Умеет	организовать междисциплинарные проектные команды, работать в междисциплинарной команде в качестве лидера и исполнителя
	Владеет	навыки в междисциплинарной команде в качестве лидера и менеджера
ПК-8; способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления	Знает	Основные концепции, методики и методы, инструменты качественного и количественного анализа управленческих процессов.

<p>бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-12; способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знает</p>	<p>Особенностями стилей речи, в том числе научного стиля и его применение</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Формулировать научную точку зрения, обосновывать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Способностью обосновать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
<p>ПК-13; способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные концепции, методы и инструменты для качественного и количественного анализа управленческих процессов</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-14; способностью применять методы организации исследований и исследовательские стратегии</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные методы исследовательской деятельности в выбранной профессиональной сфере</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Анализировать альтернативные решения в исследовательских и практических проблемах и оценивать потенциальные преимущества и недостатки применения того или иного варианта</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Навыками анализа методологических проблем, возникающих в решении исследовательских и практических задач, включая междисциплинарную сферу.</p>

Abstract to the work program of the course

«Research methods: Track 2: Quantitative research»

The course «Research methods: Track 2» is intended for students of the direction of training 38.04.02 Management.

The course «Research methods: Track 2» is included in the list of basic «Courses (modules)».

The course is equivalent to 3 credits total, corresponding to 108 hours. The curriculum comprises lectures (18 hours), practice work (36 hours, including MAO 18 hours), and students' independent work (36 hours), control of students independent work (36 hours). The course is delivered on the 1st year during the 2nd semester.

The course «Research methods: Track 2 » is based on the knowledge, skills and abilities obtained from mastering the courses « Economics and Management: Adaptation Course», «Econometrics» and «The management strategy. Portfolio management» and allows to prepare students for studying a number of courses such as «Marketing Research», « Presentation Skills», «Research Workshop» and «Research Project».

The course consists of three modules and the contents cover the following range of issues:

1. Quantitative methods considered in the general context of research methods. The course includes an introductory fragment, which implies familiarity of the students with the theoretical foundations and history of the development of Quantitative methods, with a variety of forms and types of Quantitative research.

2. A detailed review of the logic and sequence of actions at different stages of Quantitative research from the initial premises to the analysis and interpretation of data.

3. Methods and procedures for analyzing Quantitative data. Types and specifics of Quantitative data. The logic of Quantitative data analysis: analytical induction, construction of ideal types, illustrative method. General principles of the analytical description. Analytical "saturated" (thick) description. Data

Conceptualization (Grounded Theory). Coding procedures: open, axial and selective coding. Analytical generalization in a small number of cases. Presentation of the results of Quantitative research, as a special genre of writing economic works.

The goal- is for students to master theoretical knowledge, to acquire and develop practical skills in the field of Quantitative research methods; to show the essence and variety of research opportunities of a Quantitative research strategy, to develop practical skills for planning and conducting field Quantitative research.

Tasks:

- to form an idea of the diversity and specificity of methods of economic research;
- to form an idea of the organizational and instrumental applications of modern research methods;
- to develop tools for specific (and common in modern) research methods;
- to learn to value the relevance of the use of research methods in the modern economy;
- form the ability to independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;
- to form skills for the use of knowledge of the methods and theories of science in the implementation of expert consulting and analytical activities.

For successful study of the course «Research methods: Track 2: Quantitative research» the students must have the following preliminary competences:

- the ability to independently use knowledge of the latest trends and directions of modern economic theory, methodology and methods of the social sciences in relation to the tasks of fundamental or applied research, institutions and processes, public opinion;
- ability to develop tools for specific (and common in modern economics) research methods;

- master new theories, models, research methods, skills for developing new methodological approaches, taking into account the goals and objectives of the study;

- independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;

As a result of studying this course, the students form the following general and specific professional competencies (elements of competencies):

Code of competence	Stages of competence formation	
GPC -3; ability to work in project interdisciplinary teams, including as a leader	Knows	bases of organization, functioning and development of project teams, including interdisciplinary; psychological aspects of team building
	Is able to	organize interdisciplinary project teams, work in an interdisciplinary team as a leader and performer
	possesses	skills in an interdisciplinary team as a leader and as a manager
PC-8; the ability to use quantitative and qualitative methods to conduct applied research and business process management, to prepare analytical materials on the results of their use	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data
	possesses	Research methodology and methods
PC-12; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research	Knows	the specifics of speech genres, especially the scientific style in the use of language means and speech techniques
	Is able to	formulate a scientific perspective in the field; justify the relevance theoretical and practical significance selected topic of science research
	possesses	the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research;
PC-13; ability to conduct independent research in accordance with the developed	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes

program	Is able to	process empirical and experimental data
	possesses	Research methodology and methods
PC-14; the ability to apply research organization methods and research strategies	Knows	the main methods of research activities in the chosen professional field
	Is able to	Is able to analyze alternative solutions to research and practical problems and assess the potential gains / losses of the implementation of these options.
	possesses	skills of analyzing methodological problems arising from solving research and practical problems, including interdisciplinary areas

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методы исследований 3»

Учебный курс «Методы исследований 3» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Методы исследований 3» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Методы исследований 3» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика», «Управление стратегий. Портфельное управление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговое управление», «Развитие навыков презентации», «Научно-исследовательский семинар» и «Научно-исследовательская работа».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Качественным методам, которые рассматриваются в общем контексте методов исследований. В рамках курса предусмотрен вводный фрагмент, предполагающий знакомство слушателей с теоретическими основаниями и историей развития качественных методов, с многообразием форм и типов качественных исследований.

2. Подробному рассмотрению логики и последовательности действий на разных этапах качественного исследования от исходных посылок до анализа и интерпретации данных.

3. Методы и процедуры анализа качественных данных Виды и специфика качественных данных. Логика анализа качественных данных: аналитическая индукция, построение идеальных типов, иллюстративный метод. Общие принципы аналитического описания. аналитическое «насыщенное» (thick) описание. Концептуализация данных (Grounded Theory). Процедуры кодирования: открытое, осевое и выборочное кодирование. Аналитическая генерализация при малом числе случаев. Презентация результатов качественного исследования, как особый жанр написания экономической работ.

Цель – заложить основы понимания специфики качественных методов, показать сущность и разнообразие исследовательских возможностей качественной исследовательской стратегии, выработать практические навыки планирования и проведения полевого качественного исследования.

Задачи:

- сформировать представление о разнообразии и специфике методов экономической исследования;
- сформировать представление об организационные и инструментальные применения современных методов исследования;
- научить магистров разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной) методов исследования;
- научить оценивать качество использования методов исследования в современной экономика;
- сформировать умения самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;
- сформировать умения по использованию знаний методов и теорий наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Методы исследования: Трек 3:

Количественный и качественный исследование» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самостоятельно использовать знания о новейших тенденциях и направлениях современной экономической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования , институтов и процессов, общественного мнения;
- способность к разрабатывать инструментарий для конкретных (и распространённых в современной экономика) методов исследования;
- осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учётом целей и задач исследования;
- самостоятельно обучаться новым методам исследования, менять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК -3; способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	основы организации, функционирования и развития проектных команд, в том числе междисциплинарные; психологические аспекты построения команды
	Умеет	организовать междисциплинарные проектные команды, работать в междисциплинарной команде в качестве лидера и исполнителя
	Владеет	навыки в междисциплинарной команде в качестве лидера и менеджера
ПК-8; способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления	Знает	Основные концепции, методики и методы, инструменты качественного и количественного анализа управленческих процессов.

<p>бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-12; способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знает</p>	<p>Особенностями стилей речи, в том числе научного стиля и его применение</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Формулировать научную точку зрения, обосновывать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Способностью обосновать актуальность, теоретическое и практическое значение выбранной темы научного исследования</p>
<p>ПК-13; способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные концепции, методы и инструменты для качественного и количественного анализа управленческих процессов</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Работать с эмпирическими и экспериментальными данными</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Исследовательской методологией и методами</p>
<p>ПК-14; способностью применять методы организации исследований и исследовательские стратегии</p>	<p>Знает</p>	<p>Основные методы исследовательской деятельности в выбранной профессиональной сфере</p>
	<p>Умеет</p>	<p>Анализировать альтернативные решения в исследовательских и практических проблемах и оценивать потенциальные преимущества и недостатки применения того или иного варианта</p>
	<p>Владеет</p>	<p>Навыками анализа методологических проблем, возникающих в решении исследовательских и практических задач, включая междисциплинарную сферу.</p>

Abstract to the work program of the course

«Research methods: Track 3: mixed research methods»

The course «Research methods: Track 3: mixed research methods» is intended for students of the direction of training 38.04.02 Management.

The course «Research methods: Track 3» is intended for students of the direction of training 38.03.06 Trading.

The course «Research methods: Track 3» is included in the list of basic «Courses (modules)».

The course is equivalent to 3 credits total, corresponding to 108 hours. The curriculum comprises lectures (18 hours), practice work (36 hours, including MAO 18 hours), and students' independent work (36 hours), control of students independent work (36 hours). The course is delivered on the 1st year during the 2nd semester.

The course «Research methods: Track 3» is based on the knowledge, skills and abilities obtained from mastering the courses « Economics and Management: Adaptation Course», «Econometrics» and «The management strategy. Portfolio management» and allows to prepare students for studying a number of courses such as «Marketing Research», « Presentation Skills», «Research Workshop» and «Research Project».

The course consists of three modules and the contents cover the following range of issues:

1. Quantitative and qualitative methods considered in the general context of research methods. The course includes an introductory fragment, which implies familiarity of the students with the theoretical foundations and history of the development of Quantitative and qualitative methods, with a variety of forms and types of Quantitative and qualitative research.

2. A detailed review of the logic and sequence of actions at different stages of Quantitative and qualitative research from the initial premises to the analysis and interpretation of data.

3. Methods and procedures for analyzing Quantitative and qualitative data. Types and specifics of Quantitative and qualitative data. The logic of Quantitative and qualitative data analysis: analytical induction, construction of ideal types, illustrative method. General principles of the analytical description. Analytical "saturated" (thick) description. Data Conceptualization (Grounded Theory). Coding procedures: open, axial and selective coding. Analytical generalization in a small number of cases. Presentation of the results of Quantitative and qualitative research, as a special genre of writing economic works.

The goal- is for students to master theoretical knowledge, to acquire and develop practical skills in the field of Quantitative and qualitative research methods; to show the essence and variety of research opportunities of a Quantitative and qualitative research strategy, to develop practical skills for planning and conducting field Quantitative and qualitative research.

Tasks:

- to form an idea of the diversity and specificity of methods of economic research;
- to form an idea of the organizational and instrumental applications of modern research methods;
- to develop tools for specific (and common in modern) research methods;
- to learn to value the relevance of the use of research methods in the modern economy;
- form the ability to independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;
- to form skills for the use of knowledge of the methods and theories of science in the implementation of expert consulting and analytical activities.

For successful study of the course «Research methods: Track 3: mixed research methods» the students must have the following preliminary competences:

- the ability to independently use knowledge of the latest trends and directions of modern economic theory, methodology and methods of the social

sciences in relation to the tasks of fundamental or applied research, institutions and processes, public opinion;

- ability to develop tools for specific (and common in modern economics) research methods;
- master new theories, models, research methods, skills for developing new methodological approaches, taking into account the goals and objectives of the study;
- independently learn new research methods, change the scientific and research-production profile of their professional activities;

As a result of studying this course, the students form the following general and specific professional competencies (elements of competencies):

Code of competence	Stages of competence formation	
GPC -3; ability to work in project interdisciplinary teams, including as a leader	Knows	bases of organization, functioning and development of project teams, including interdisciplinary; psychological aspects of team building
	Is able to	organize interdisciplinary project teams, work in an interdisciplinary team as a leader and performer
	possesses	skills in an interdisciplinary team as a leader and as a manager
PC-8; the ability to use quantitative and qualitative methods to conduct applied research and business process management, to prepare analytical materials on the results of their use	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data
	possesses	Research methodology and methods
PC-12; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the	Knows	the specifics of speech genres, especially the scientific style in the use of language means and speech techniques

chosen topic of scientific research	Is able to	formulate a scientific perspective in the field; justify the relevance theoretical and practical significance selected topic of science research
	possesses	the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research;
PC-13; ability to conduct independent research in accordance with the developed program	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data
	possesses	Research methodology and methods
PC-14; the ability to apply research organization methods and research strategies	Knows	the main methods of research activities in the chosen professional field
	Is able to	Is able to analyze alternative solutions to research and practical problems and assess the potential gains / losses of the implementation of these options.
	possesses	skills of analyzing methodological problems arising from solving research and practical problems, including interdisciplinary areas

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговое управление в индустрии туризма и
гостеприимства»**

Учебный курс «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды» (Environmental Economics and Management).

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (7 часов), практические занятия (65 часов, в том числе МАО - 54 часа), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 и 4-м семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика и статистика в современной экономике», «Основы современной экономики», «Эконометрика», «Бизнес-статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экологический туризм», «Глобальная научная коммуникация», «Экономика окружающей среды».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: введение в управление маркетингом в индустрии туризма и гостеприимства, маркетинговый план, стратегический маркетинг, SWOT-анализ, взаимоотношения с клиентами, создание потребительской ценности, роль маркетинговых исследований в управление маркетингом, потребительские рынки и потребительское поведение покупателя, процесс маркетинговых

исследований, методы качественного и количественного исследования, сегментация рынка, стратегии сегментации, целевые рынки, аудит маркетинговых показателей, определение элементов комплекса маркетинга, цифровой маркетинг и т. д.

Цель - подготовка студентов по вопросам концепции управления маркетингом, стратегического маркетинга, применения инструментов тактического маркетинга и формирование у студентов маркетингового мировоззрения, которое направлено на управление ценностным предложением компании на основе понимания необходимости развития партнерских отношений со стейкхолдерами, что приводит к повышению капитализации бизнеса компании.

Задачи:

- подготовить студентов к самостоятельному принятию решений, разработке продукта в соответствии с запросами потребителей, сформировать навыки управления портфелем брендов и проводить бренд-аудит;
- изучить и оценить маркетинговые теории и концепции в контексте управления и бизнес-операций;
- проанализировать отношения между потребителями, бизнес-практиками и менеджерами по услугам / продуктам;
- оценить влияние социальных, экономических, политических, культурных и других факторов на деятельность компании;
- выявлять маркетинговые проблемы бизнеса и применять маркетинговые знания и навыки для решения проблем;
- организовывать и анализировать связанные числовые и графические данные и переводить их в бизнес-информацию;
- применять эффективный анализ, вырабатывать стратегии и применять ключевые концепции для создания прочных отношений с клиентами;
- приобретение навыков по разработке маркетингового плана.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде;
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 - готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной	Знает	- Концепции управления маркетингом - Социальные, этнические, конфессиональные и межкультурные особенности взаимодействия в коллективе

<p>деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (компетенция формируется частично)</p>	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Стратегическое планирование бизнес-единицы - Применять стратегии сотрудничества для решения индивидуальных задач, поставленных перед группой; - Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста - Разрабатывать маркетинговый план; - Определение ролей в команде при выполнении задач, возложенных на группу;
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Методами выявления ключевых элементов маркетинговой стратегии, ориентированной на клиента, и обсуждения направлений управления маркетингом, определяющих маркетинговую стратегию. - Подходами к разработке маркетингового плана и разработки маркетинговой стратегии - Навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды и представления результатов работы в команде.
<p>ПК-5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды (компетенция формируется частично)</p>	<p>Знает</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тенденции маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства, как со стороны спроса, так и со стороны предложения; - Задачи и методы исследования рынка; - Процесс маркетинговых исследований; - Показатели для изучения состояния окружающей среды; - Методы количественных и качественных исследований
	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Выделить тенденции развития в индустрии туризма и гостеприимства; - Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании; - Разработать программу маркетинговых исследований; - Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности; - Определять способы реагирования на маркетинговую среду; - Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка; - Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней.
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Методами маркетинговых исследований; - Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции; - Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений; - Навыками применять методы маркетинговых исследований для решения нестандартных задач; - Методами изучения реакции потребителей на новые или модифицированные услуги;

		- Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой
ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (компетенция формируется частично)	Знает	- Подход к созданию потребительской ценности; - Процесс оценки маркетинговых сегментов; - Концепция позиционирования и формирование конкурентных преимуществ.
	Умеет	- Изучить основные характеристики, влияющие на поведение потребителей; - Проводить сегментирование рынка и определить сегменты и целевые рынки.
	Владеет	- Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков - Обсудить выбор и реализацию стратегии позиционирования
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (компетенция формируется частично)	Знает	- Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения стратегических задач - Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективности (KPI) - Методы формирования маркетингового бюджета
	Умеет	- Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач - Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов - Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности - Значение понятия «продолжительность жизни клиента» - Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль
	Владеет	- Методами формирования маркетингового бюджета для решения стратегических задач - Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.
ПК – 9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (компетенция формируется частично)	Знает	- Маркетинговые стратегии - Подходы к определению миссии компании и постановка целей и задач
	Умеет	- Объяснить этапы процесса планирования бизнес-стратегии - Объяснить процесс принятия решения покупателем
	Владеет	- Применять структуру эффективного анализа, выработку стратегии и принятия ключевых решений, чтобы построить прочные отношения с клиентами.
ПК-7 - способность комплексного использования инструментов проектного и	Знает	- Современные технологии разработки и продвижения продукции; - Основные стратегии ценообразования на имитационные и новые продукты, ключевые вопросы, связанные с иницированием и

процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации (компетенция формируется частично)	Умеет	<p>реагированием на изменения цен</p> <ul style="list-style-type: none"> - Понимание брендинга и условий, которые поддерживают брендинг; - Способностью определения и управления жизненным циклом продукта; - Создавать долгосрочные отношения, нацеленные на формирование лояльности потребителей; - Анализировать участников канала и способы их организации для поиска альтернативных каналов распределения; - Определять инструменты продвижения для формирования коммуникационной ценности клиента
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - Навыками выявления и определения внешних и внутренних факторов, влияющих на ценовые решения фирмы. - Способностью разработать основные маркетинговые решения
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	- Подходы к инновационным решениям в областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Умеет	- Разрабатывать инновационные решения в различных областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Владеет	- Способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловая игра, мозговой штурм, метод кейсов, семинары - дискуссии.

Annotation for the training work program of the course «Marketing Management»

The "Marketing management" (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства) course's training work program is designed for Master degree students by the Management program's code 38.04.02, master's program "Environmental Economics and Management".

The "Marketing management" course is a part of the core disciplines of professional cycle. The variation part of the Discipline (modules).

The total intensity of the course is 7 credit units & 252 hours. The curriculum provides lectures (7 hours) and practical classes (65 hours, including methods of active learning –54 hours), control of an independent student work (36 hours), an independent student work (144 hours, including 72 hours to prepare for the exam). The course is implemented for the second year students in the third and fourth semesters.

The "Marketing management" course is based on the knowledge, skills and abilities gained from the study of disciplines such as "Math&Statistics for Modern Economics", "Understanding Modern Economics", "Business Statistics", "Econometrics" and it allows to prepare students for the learning of a number of disciplines such as "Ecological Tourism", "Global Research Communication", "Environmental Economics".

The content covers the following issues: introduction to marketing management of the Hospitality and Tourism business, marketing plan of the Hospitality and Tourism business, strategic marketing, SWOT-analysis, customer relationship marketing, creating and capturing customer value, the role of market research in the marketing management, consumer markets and consumer buyer behaviour, marketing research process, research design and research projects, methods of qualitative and quantitative research, market segmentation, segmentation strategies, target markets, audit of marketing metrics, identifies the 5 Ps of marketing-mix, digital marketing, etc.

The course objectives. The purpose of the course is to provide the students with the basic concepts of marketing management, strategic marketing concepts

and strategic marketing tools and to form students' marketing mindset which aims to manage the value proposition of the Hospitality and Tourism company on the basis of understanding the necessity of partnership relations development with stakeholders, which leads to the increase of the company's business capitalization.

Objectives of the discipline:

- to prepare students for the independent decision-making, development of a product according to the inquiries of consumers;
- to examine and evaluate the marketing theories and concepts within the context of management and operations of business;
- to analyze the relationships between consumers, practitioners, and policy makers of services/products;
- to evaluate the impacts of social, economic, political, cultural, and other areas on companies;
- to identify marketing problems of business, and apply marketing knowledge and skills to solve the problems
- to organize and analyze related numerical and graphical data, and translate them into business information
- to apply the framework to effectively analyze, strategize and act on key concepts to build strong relationships with customers.
- the acquisition of skills to develop marketing plan.

At the beginning of the course a student should be able to:

- ability to use the basics of economic knowledge in various fields of activity;
- ability to self-organization and self-education;
- ability to design organizational structures to participate in the development of strategies for the management of human resources organizations to plan and implement activities, allocate and delegate powers subject to personal liability for the activities to be performed;

– use of various methods of conflict resolution in the design of interpersonal, group and organizational communications based on modern technologies of personnel management, including, in a cross-cultural environment.

As a result of studying this discipline, students form the following professional competencies:

The competence's code and wording	The Stages of competence's formation	
GCC-2 – The readiness to lead a team in their professional activities, tolerantly perceiving social, ethnic, religious and cultural differences (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - The essence of the marketing management concepts - Social, ethnic, confessional and intercultural peculiarities of interaction in a team - Business unit strategic planning
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Apply the strategies of cooperation to solve individual tasks assigned to the group; - Define roles in the team when performing tasks assigned to the group - Design business portfolios and growth strategies - Develop marketing plan of International business
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods to identify the key elements of a customer-drive marketing strategy and discuss the marketing management orientations that guide marketing strategy. - Skills for effective interaction with other team members and skills for presentation of team work results. - Approach to developing marketing plan and formulation marketing strategies
PC-5 - The ability to determine the prospects for the organization development on the based of the assessment of the company's market position and trends of the environmental factors influence (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - The trends of the Hospitality and Tourism Marketing - The objectives and methods of market research; - The process of marketing research; - Indicators for the study of the environment; - Methods of quantitative and qualitative research.
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Highlight Hospitality and Tourism market trends; - Analyze the impact of global forces and macro factors in the company's activities; - Develop a program of marketing research; - To determine the factors influencing the development of the market and enterprises of various spheres of activity; - Companies can react to the marketing environment - To carry out expert surveys to identify market trends;

		<ul style="list-style-type: none"> - To form the sample in accordance with the objectives of the study and to work with it. - Use marketing metrics for solving strategic tasks
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods of marketing research; - An approach to the study of the influence of environmental factors on the activity of the enterprises and trends; - Analysis of trends in the skills development of the market, determining the prospects of development of the market for management decisions; - Apply methods of marketing research solutions for non-standard tasks; - Methods of studying consumer reactions to new or modified items; - Skills to conduct independent research in accordance with research program.
PC-2 – The ability to develop the corporate strategy, organizational development programs and change management programs and ensure their implementation (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - Approach to creating and capturing customer value - The process of evaluating market segments - The concept of positioning for competitive advantage
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Outline the major characteristics affecting consumer behavior - To explain market segmentation and identify segments and target markets;
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods for market segmentation - Discuss choosing and implementing a positioning strategy
PC-3 – The ability to use modern methods of corporate finance management for solving strategic tasks (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - Financial projections of a marketing plan for solving strategic tasks; - Marketing metrics and Key Performance Indicators (KPIs); - Methods of creating the marketing budget
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Use marketing metrics for solving strategic tasks; - Examine the profitability of different marketing entities and the cost-effectiveness of different marketing expenditures; - Critically evaluate the results of the marketing activity; - Calculate Customer Lifetime Value; - Explore tactics to create the most value for target customers to maximize profits;
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods for setting the marketing budget for solving strategic tasks; - Presents a report consisting of all the findings along with the short-term and long-term recommendations;
PC – 9 - Possession of	know	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing strategies

the economic and strategic analysis methods of the economic agents behavior and markets in a global environment (competence is formed in part)		- The processes involved in defining a company's mission and setting goals and objectives
	able to do	- Explain the steps involved in the business strategy planning process - Explain the buyer decision process
	possess	- Apply the framework to effectively analyze, strategize and act on key concepts to build strong relationships with customers.
PC-7 - The ability to use complex tools of project and process management to solve strategic and tactical tasks of the organizational management (competence is formed in part)	know	- Modern technologies of developing and promotion products; - The major strategies for pricing imitative and new products, the key issues related to initiating and responding to price changes
	able to do	- Understand branding and the conditions that support branding - To create long-term loyalty relationships - To understand customer value perceptions when setting prices - Define the five-seven promotion mix tools for communicating customer value
	possess	- Identify and define the other important external and internal factors affecting a firm's pricing decisions. - Develop major marketing decisions
PC-6 - The ability to act projectively through the development of innovative solutions in various areas of management	know	- Approaches to innovative solutions in Hospitality and Tourism areas of marketing management
	able to do	- Develop innovative solutions in Hospitality and Tourism areas of marketing management
	possess	- Act projectively through the development of innovative solutions in Hospitality and Tourism areas of marketing management

The following methods of active / interactive learning are used to form the above competencies within the discipline "Marketing management": group work, case study, business game, brainstorming, seminar-discussions.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое управление в международном бизнесе»

Учебный курс «Маркетинговое управление в международном бизнесе» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды» (Environmental Economics and Management).

Дисциплина «Маркетинговое управление в международном бизнесе» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (7 часов), практические занятия (65 часов, в том числе МАО - 54 часа), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 и 4-м семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в международном бизнесе» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика и статистика в современной экономике», «Основы современной экономики», «Эконометрика», «Бизнес-статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экологический туризм», «Глобальная научная коммуникация», «Экономика окружающей среды».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: введение в управление маркетингом международного бизнеса, маркетинговый план международного бизнеса, стратегический маркетинг, SWOT-анализ, взаимоотношения с клиентами, создание потребительской ценности, роль маркетинговых исследований в управление маркетингом, потребительские рынки и потребительское поведение покупателя, процесс маркетинговых исследований, методы качественного и количественного исследования, сегментация рынка, стратегии сегментации, целевые рынки,

аудит маркетинговых показателей, определение элементов комплекса маркетинга, цифровой маркетинг и т. д.

Цель - подготовка студентов по вопросам концепции управления маркетингом, стратегического маркетинга, применения инструментов тактического маркетинга и формирование у студентов маркетингового мировоззрения, которое направлено на управление ценностным предложением компании на основе понимания необходимости развития партнерских отношений со стейкхолдерами, что приводит к повышению капитализации бизнеса компании.

Задачи:

- подготовить студентов к самостоятельному принятию решений, разработке продукта в соответствии с запросами потребителей, сформировать навыки управления портфелем брендов и проводить бренд-аудит;
- изучить и оценить маркетинговые теории и концепции в контексте управления и бизнес-операций;
- проанализировать отношения между потребителями, бизнес-практиками и менеджерами по услугам / продуктам;
- оценить влияние социальных, экономических, политических, культурных и других факторов на деятельность компании;
- выявлять маркетинговые проблемы бизнеса и применять маркетинговые знания и навыки для решения проблем;
- организовывать и анализировать связанные числовые и графические данные и переводить их в бизнес-информацию;
- применять эффективный анализ, вырабатывать стратегии и применять ключевые концепции для создания прочных отношений с клиентами;
- приобретение навыков по разработке маркетингового плана.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинговое управление в международном бизнесе» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде;
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 - готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной	Знает	- Концепции управления маркетингом - Социальные, этнические, конфессиональные и межкультурные особенности взаимодействия в коллективе

<p>деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (компетенция формируется частично)</p>	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Стратегическое планирование бизнес-единицы - Применять стратегии сотрудничества для решения индивидуальных задач, поставленных перед группой; - Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста - Разрабатывать маркетинговый план международного бизнеса; - Определение ролей в команде при выполнении задач, возложенных на группу;
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Методами выявления ключевых элементов маркетинговой стратегии, ориентированной на клиента, и обсуждения направлений управления маркетингом, определяющих маркетинговую стратегию. - Подходами к разработке маркетингового плана и разработки маркетинговой стратегии - Навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды и представления результатов работы в команде.
<p>ПК-5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды (компетенция формируется частично)</p>	<p>Знает</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тенденции международного маркетинга как со стороны спроса, так и со стороны предложения; - Задачи и методы исследования рынка; - Процесс маркетинговых исследований; - Показатели для изучения состояния окружающей среды; - Методы количественных и качественных исследований
	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Выделить тенденции развития международных рынков; - Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании; - Разработать программу маркетинговых исследований; - Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности; - Определять способы реагирования на маркетинговую среду; - Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка; - Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней.
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Методами маркетинговых исследований; - Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции; - Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений; - Навыками применять методы маркетинговых исследований для решения нестандартных задач; - Методами изучения реакции потребителей на новые или модифицированные изделия;

		- Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой
ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (компетенция формируется частично)	Знает	- Подход к созданию потребительской ценности; - Процесс оценки маркетинговых сегментов; - Концепция позиционирования и формирование конкурентных преимуществ.
	Умеет	- Изучить основные характеристики, влияющие на поведение потребителей; - Проводить сегментирование рынка и определить сегменты и целевые рынки.
	Владеет	- Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков - Обсудить выбор и реализацию стратегии позиционирования
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (компетенция формируется частично)	Знает	- Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения стратегических задач - Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективности (KPI) - Методы формирования маркетингового бюджета
	Умеет	- Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач - Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов - Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности - Значение понятия «продолжительность жизни клиента» - Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль
	Владеет	- Методами формирования маркетингового бюджета для решения стратегических задач - Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.
ПК – 9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (компетенция формируется частично)	Знает	- Маркетинговые стратегии - Подходы к определению миссии компании и постановка целей и задач
	Умеет	- Объяснить этапы процесса планирования бизнес-стратегии - Объяснить процесс принятия решения покупателем
	Владеет	- Применять структуру эффективного анализа, выработку стратегии и принятия ключевых решений, чтобы построить прочные отношения с клиентами.
ПК-7 - способность комплексного использования инструментов проектного и	Знает	- Современные технологии разработки и продвижения продукции; - Основные стратегии ценообразования на имитационные и новые продукты, ключевые вопросы, связанные с иницированием и

процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации (компетенция формируется частично)		реагированием на изменения цен
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - Понимание брендинга и условий, которые поддерживают брендинг; - Способностью определения и управления жизненным циклом продукта; - Создавать долгосрочные отношения, нацеленные на формирование лояльности потребителей; - Анализировать участников канала и способы их организации для поиска альтернативных каналов распределения; - Определять инструменты продвижения для формирования коммуникационной ценности клиента
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - Навыками выявления и определения внешних и внутренних факторов, влияющих на ценовые решения фирмы. - Способностью разработать основные маркетинговые решения
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	- Подходы к инновационным решениям в различных областях управления маркетингом
	Умеет	- Разрабатывать инновационные решения в различных областях управления маркетингом
	Владеет	- Способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления маркетингом

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговое управление в международном бизнесе» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловая игра, мозговой штурм, метод кейсов, семинары - дискуссии.

Annotation for the training work program of the course «Marketing Management»

The "Marketing management" (Маркетинговое управление в международном бизнесе) course's training work program is designed for Master degree students by the Management program's code 38.04.02, master's program "Environmental Economics and Management".

The "Marketing management" course is a part of the core disciplines of professional cycle. The variation part of the Discipline (modules).

The total intensity of the course is 7 credit units & 252 hours. The curriculum provides lectures (7 hours) and practical classes (65 hours, including methods of active learning –54 hours), control of an independent student work (36 hours), an independent student work (144 hours, including 72 hours to prepare for the exam). The course is implemented for the second year students in the third and fourth semesters.

The "Marketing management" course is based on the knowledge, skills and abilities gained from the study of disciplines such as "Math&Statistics for Modern Economics", "Understanding Modern Economics", "Business Statistics", "Econometrics" and it allows to prepare students for the learning of a number of disciplines such as "Ecological Tourism", "Global Research Communication", "Environmental Economics".

The content covers the following issues: introduction to marketing management of the International business, marketing plan of the International business, strategic marketing, SWOT-analysis, customer relationship marketing, creating and capturing customer value, the role of market research in the marketing management, consumer markets and consumer buyer behaviour, marketing research process, research design and research projects, methods of qualitative and quantitative research, market segmentation, segmentation strategies, target markets, audit of marketing metrics, identifies the 5 Ps of marketing-mix, digital marketing, etc.

The course objectives. The purpose of the course is to provide the students with the basic concepts of marketing management, strategic marketing concepts and strategic marketing tools and to form students' marketing mindset which aims to manage the value proposition of the International company on the basis of understanding the necessity of partnership relations development with stakeholders, which leads to the increase of the company's business capitalization.

Objectives of the discipline:

- to prepare students for the independent decision-making, development of a product according to the inquiries of consumers;
- to examine and evaluate the marketing theories and concepts within the context of management and operations of business;
- to analyze the relationships between consumers, practitioners, and policy makers of services/products;
- to evaluate the impacts of social, economic, political, cultural, and other areas on companies;
- to identify marketing problems of business, and apply marketing knowledge and skills to solve the problems
- to organize and analyze related numerical and graphical data, and translate them into business information
- to apply the framework to effectively analyze, strategize and act on key concepts to build strong relationships with customers.
- the acquisition of skills to develop marketing plan.

At the beginning of the course a student should be able to:

- ability to use the basics of economic knowledge in various fields of activity;
- ability to self-organization and self-education;
- ability to design organizational structures to participate in the development of strategies for the management of human resources organizations to plan and implement activities, allocate and delegate powers subject to personal liability for the activities to be performed;

– use of various methods of conflict resolution in the design of interpersonal, group and organizational communications based on modern technologies of personnel management, including, in a cross-cultural environment.

As a result of studying this discipline, students form the following professional competencies:

The competence's code and wording	The Stages of competence's formation	
GCC-2 – The readiness to lead a team in their professional activities, tolerantly perceiving social, ethnic, religious and cultural differences (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - The essence of the marketing management concepts - Social, ethnic, confessional and intercultural peculiarities of interaction in a team - Business unit strategic planning
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Apply the strategies of cooperation to solve individual tasks assigned to the group; - Define roles in the team when performing tasks assigned to the group - Design business portfolios and growth strategies - Develop marketing plan of International business
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods to identify the key elements of a customer-drive marketing strategy and discuss the marketing management orientations that guide marketing strategy. - Skills for effective interaction with other team members and skills for presentation of team work results. - Approach to developing marketing plan and formulation marketing strategies
PC-5 - The ability to determine the prospects for the organization development on the based of the assessment of the company's market position and trends of the environmental factors influence (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - The trends of International Marketing - The objectives and methods of market research; - The process of marketing research; - Indicators for the study of the environment; - Methods of quantitative and qualitative research.
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Highlight International market trends; - Analyze the impact of global forces and macro factors in the company's activities; - Develop a program of marketing research; - To determine the factors influencing the development of the market and enterprises of various spheres of activity; - Companies can react to the marketing environment - To carry out expert surveys to identify market trends;

		<ul style="list-style-type: none"> - To form the sample in accordance with the objectives of the study and to work with it. - Use marketing metrics for solving strategic tasks
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods of marketing research; - An approach to the study of the influence of environmental factors on the activity of the enterprises and trends; - Analysis of trends in the skills development of the market, determining the prospects of development of the market for management decisions; - Apply methods of marketing research solutions for non-standard tasks; - Methods of studying consumer reactions to new or modified items; - Skills to conduct independent research in accordance with research program.
PC-2 – The ability to develop the corporate strategy, organizational development programs and change management programs and ensure their implementation (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - Approach to creating and capturing customer value - The process of evaluating market segments - The concept of positioning for competitive advantage
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Outline the major characteristics affecting consumer behavior - To explain market segmentation and identify segments and target markets;
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods for market segmentation - Discuss choosing and implementing a positioning strategy
PC-3 – The ability to use modern methods of corporate finance management for solving strategic tasks (competence is formed in part)	know	<ul style="list-style-type: none"> - Financial projections of a marketing plan for solving strategic tasks; - Marketing metrics and Key Performance Indicators (KPIs); - Methods of creating the marketing budget
	able to do	<ul style="list-style-type: none"> - Use marketing metrics for solving strategic tasks; - Examine the profitability of different marketing entities and the cost-effectiveness of different marketing expenditures; - Critically evaluate the results of the marketing activity; - Calculate Customer Lifetime Value; - Explore tactics to create the most value for target customers to maximize profits;
	possess	<ul style="list-style-type: none"> - Methods for setting the marketing budget for solving strategic tasks; - Presents a report consisting of all the findings along with the short-term and long-term recommendations;
PC – 9 - Possession of	know	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing strategies

the economic and strategic analysis methods of the economic agents behavior and markets in a global environment (competence is formed in part)		- The processes involved in defining a company's mission and setting goals and objectives
	able to do	- Explain the steps involved in the business strategy planning process - Explain the buyer decision process
	possess	- Apply the framework to effectively analyze, strategize and act on key concepts to build strong relationships with customers.
PC-7 - The ability to use complex tools of project and process management to solve strategic and tactical tasks of the organizational management (competence is formed in part)	know	- Modern technologies of developing and promotion products; - The major strategies for pricing imitative and new products, the key issues related to initiating and responding to price changes
	able to do	- Understand branding and the conditions that support branding - To create long-term loyalty relationships - To understand customer value perceptions when setting prices - Define the five-seven promotion mix tools for communicating customer value
	possess	- Identify and define the other important external and internal factors affecting a firm's pricing decisions. - Develop major marketing decisions
PC-6 - The ability to act projectively through the development of innovative solutions in various areas of management	know	- Approaches to innovative solutions in areas of marketing management
	able to do	- Develop innovative solutions in areas of marketing management
	possess	- Act projectively through the development of innovative solutions in areas of marketing management

The following methods of active / interactive learning are used to form the above competencies within the discipline "Marketing management": group work, case study, business game, brainstorming, seminar-discussions.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экологический туризм»

Учебный курс «Экологический туризм» предназначен для студентов направления 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «Экологический туризм» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены практические работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Экологический туризм» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)», «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические основы экологии и экологического туризма: основные понятия, цели, принципы, методы экологического туризма; объекты и субъекты экологического туризма и экотурпродукта; классификация экологического туризма: понятие, классификация; формирование экологического турпродукта и менеджмент экологического туризма;

экологические туристические ресурсы: классификация, распределение в ландшафте. Экологические законы в экотуризме: основные законы и принципы экологии, взаимосвязь экологии и туризма. Мониторинг особо охраняемых природных территорий для устойчивого развития туризма и климатические сдвиги локального и регионального масштабов (методы, анализ трендов, оценка климатических изменений, прогнозы) в контексте устойчивого развития экотуризма.

2. Менеджмент экологического туризма. Инфраструктура как экономическая и экологическая основа туризма на рекреационных территориях и в резерватах: экологическая, транспортная и экономическая основа туризма в природных зонах, методы оценки туристического потенциала для развития инфраструктуры природных территорий; Управление природными территориями для развития экологического туризма: зарубежный опыт. Безопасность экологического туризма.

3. Маркетинг и информационное обеспечение экологического туризма: методы маркетинга для природных туров и экскурсий, структура природного маркетинга, особенности маркетинговых исследований в экологическом туризме, маркетинг заповедников и национальных парков, информационные базы природных ресурсов и развитие территории; коммуникации с местным населением и сохранение ресурсов.

Цель – усвоение студентами практикоориентированных знаний, формирование умений и практических навыков в профессиональной области понимание природных законов и влияние антропогенной деятельности на природные процессы, умения использовать знания, применяя управленческие решения и выбирая принципы и методы экологического менеджмента в экотуризме.

Задачи:

1. Исследовать концептуальные основы природных экосистем для развития мультипликативной отрасли туризма на микроуровне; перспектив использования природных ресурсов при организации современных предприятий туристической индустрии;

2. Изучить экономико-правовые условия взаимодействия бизнеса, рынка и окружающей среды и закономерности взаимодействия природных экосистем и общества;

3. Установить приоритетные направления развития экологического туризма на основе самостоятельных проектных решений;

4. Изучить основные методологические подходы к организации устойчивого развития экологического туризма и снижение рисков экологических потерь в результате природных или техногенных катастроф;

5. Дифференцировать виды, формы, классификации экологического туризма, особенности их проявления в туристском и гостиничном бизнесе.

6. Генерировать практические навыки экспертизы состояния экосистем на выбранной территории, принятия экологических решений, ориентированных на «зеленую экономику», развитие экологического туризма как отрасли с наименьшим воздействием на природные ресурсы.

Для успешного изучения дисциплины «Экологический туризм» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

– способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

– способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

– способность к самоорганизации и самообразованию;

– умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

– способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, логистической, экологической, и (или) туристической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

– способностью творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;

– способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии;

– готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

– готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам экологизации и устойчивого развития
	Умеет	осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экологического туризма обоснованно использовать эффективные методы экологического туризма в конкретных бизнес-ситуациях.
	Владеет	профессиональной методикой для осуществления исследований в сфере экотуризма, терминологией в сфере экологического туризма на иностранном языке
ПК-3 - способность использовать современные методы управления	Знает	основы современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач и методические аспекты

корпоративными финансами для решения стратегических задач		разработки и принятия управленческих решений.
	Умеет	умеет использовать методы оценки окружающей среды для развития территории экотуризма, принимать адекватные решения в управлении природными ресурсами для решения стратегических задач; адекватно применять правовые акты в конкретных ситуациях на основе справочных и правовых программных продуктов; выбирать инновационные решения в сфере экотуризма.
	Владеет	основными методами экологического туризма для решения стратегических задач, разработки инновационных проектов для экологического туризма.
ПК-4 Способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	основные концепции и методы организации операционной деятельности в сфере экологического туризма;
	Умеет	разрабатывать программы осуществления организационных изменений в сфере экотуризма и оценивать их эффективность;
	Владеет	методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль)

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экологический туризм» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: научные дискуссии; моделирование экологических и туристических процессов, GPS - навигация, кейс-обучение.

Annotation to the work program of the discipline "Ecological tourism"

The course "Ecological tourism" is intended for students of the direction 38.04.02 Management (Environmental Economics and Management) (in English).

The discipline "Ecological tourism" is included in the structure of the block "Disciplines (modules)" of choice 3 (DV.3).

The total complexity of the discipline is 4 credits, 144 hours. The curriculum provides for practical work (36 hours, including an IAO 18 hours), independent work of students (72 hours, including 36 hours for preparing for the exam). Discipline is implemented on the 2nd course in the 3rd semester.

The discipline "Ecological tourism" is based on knowledge, skills and abilities obtained as a result of studying the disciplines "Global Research Communication (Global Scientific Communication)", "Critical Thinking and Research (Critical Thinking and Research)", "Economics and Management: Adaptation Course Economics and Management: adaptation course) ", " The management strategy. Portfolio management (Portfolio Management). "The content of the discipline consists of three sections and covers the following range of issues. And allows you to prepare students for such disciplines as“ Marketing Management (Marketing Management in International Business) ”,“ Marketing Management (Marketing Management in the Tourism and Hospitality Industry ”.”

1. Theoretical foundations of ecology and ecological tourism: basic concepts, goals, principles, methods of ecological tourism; objects and subjects of ecological tourism and ecotour products; classification of ecological tourism: concept, classification; the formation of environmental tourism products and environmental tourism management; environmental tourism resources: classification, distribution in the landscape. Ecological laws in ecotourism: the basic laws and principles of ecology, the relationship of ecology and tourism. Monitoring of specially protected natural areas for sustainable development of tourism and climatic shifts of local and regional scales (methods, trend analysis, assessment of climate change, forecasts) in the context of sustainable development of ecotourism.

2. Ecotourism management. Infrastructure as an economic and ecological basis of tourism in recreational areas and reserves: the ecological, transport and economic basis of tourism in natural areas, methods for assessing tourism potential for the development of natural infrastructure; Management of natural territories for the development of ecological tourism: foreign experience. Safety of ecological tourism.

3. Marketing and informational support of ecological tourism: methods of marketing for natural tours and excursions, structure of natural marketing, features of marketing research in ecological tourism, marketing of reserves and national parks, information bases of natural resources and development of the territory; communication with local people and resource conservation.

The goal is the assimilation by students of practice-oriented knowledge, the formation of practical skills in the professional field, the understanding of natural laws and the impact of human activity on natural processes, the ability to use knowledge, applying management decisions and choosing principles and methods of environmental management in ecotourism.

Tasks:

1. Investigate the conceptual framework of natural ecosystems for the development of a multiplicative tourism industry at the micro level; prospects for the use of natural resources in the organization of modern enterprises of the tourism industry;

2. To study the economic and legal conditions of interaction between business, the market and the environment and the patterns of interaction between natural ecosystems and society;

3. To establish priority directions for the development of ecological tourism on the basis of independent design decisions;

4. To study the main methodological approaches to the organization of sustainable development of ecological tourism and reducing the risk of environmental losses as a result of natural or man-made disasters;

5. Differentiate the types, forms, classifications of ecological tourism, especially their manifestation in the tourism and hotel business.

6. Generate practical skills for examining the state of ecosystems in a selected area, making environmental decisions oriented towards a “green economy”, developing ecological tourism as a sector with the least impact on natural resources.

To successfully study the discipline "Ecotourism", students should have the following preliminary competencies:

- Readiness to integrate into the scientific, educational, economic, political and cultural space of Russia and the APR;

- the ability to take initiative and make responsible decisions, aware of the responsibility for the results of their professional activities;

- ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;

- ability to self-organization and self-education;

- ability to use regulatory documents in their professional activities, willingness to comply with current legislation and the requirements of regulatory documents;

- the ability to collect, store, process and evaluate information necessary for the organization and management of professional activities (commercial, marketing, logistics, environmental, and (or) tourist); apply basic methods and means of obtaining, storing, processing information and working with a computer as a means of managing information;

- the ability to creatively adapt the achievements of foreign science, technology and education to domestic practice, a high degree of professional mobility ;

- the ability to monitor and evaluate the effectiveness of processes in the tourism industry;

- the readiness for self-development, self-realization, use of creative potential;

- the readiness for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity

As a result of studying the discipline "Ecological tourism", students form the following professional and general professional competencies (elements of competencies).

Code and wording of the competence	Stages of formation of competence	
OPK-3 - the ability to conduct independent research, justify the relevance and practical	Knows	The main scientific information bases for searching materials on the problems of greening and sustainable development
	Able	to search and analyze scientific information in the field of environmental management reasonably use effective methods of environmental management in specific business situations..
	Has	professional methodology for conducting research in the field of ecotourism, terminology in the field of eco-tourism in a foreign language
PC-3 ability to use modern methods of corporate finance management for solving strategic tasks	Knows	fundamentals of modern methods of corporate finance management for solving strategic tasks and methodological aspects of developing and making management decisions.
	Able	knows how to use environmental assessment methods for the development of ecotourism territory, to take adequate decisions in the management of natural resources for solving strategic tasks;
	Has	adequately apply legal acts in specific situations on the basis of reference and legal software products;
PC-4 The ability to analyze and shape the organization's entrepreneurial orientation	Knows	Choose innovative solutions in the field of ecotourism;
	Able	the main methods of eco-tourism for solving strategic problems, developing innovative projects for eco-tourism;
	Has	basic concepts and methods of organizing operations in the field of ecological tourism.

The following active / interactive learning methods are used to form the above competencies in the framework of the Ecological Tourism discipline: scientific discussions; modeling of environmental and tourism processes, GPS - navigation, case-study.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Entrepreneurship (Предпринимательство)»

Учебный курс «Entrepreneurship (Предпринимательство)» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «Entrepreneurship (Предпринимательство)» включена в состав дисциплин по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены практические работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Логически и содержательно дисциплина «Entrepreneurship (Предпринимательство)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)», «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: теоретическое понимание и практические инструменты для предпринимательства и развития нового бизнеса. Предпринимательство обычно относится к созданию предприятий, таких как запуск новых

предприятий. Кроме того, предпринимательство также может рассматриваться как актуальное для понимания более широких проблем в обществе как движущей силы перемен. Этот курс ориентирован на студентов, заинтересованных в создании собственной фирмы, а также студентам, заинтересованным в управлении, влиянии и стимулировании предпринимательской деятельности в корпорациях. В рамках курса студент будет развивать компетенции, методы и навыки в области предпринимательства, основанные на рефлексивном и критическом подходе к изучению основ создания бизнеса в современной экономике.

Этот курс посвящен практическим аспектам предпринимательской деятельности, таким как разработка и представление предпринимательского проекта. Теоретические аспекты курса будут сфокусированы на аспектах предпринимательства на индивидуальном, организационном и общественном уровнях на основе передовых исследований.

Целью изучения дисциплины «Предпринимательство» является получение набора навыков, необходимых для развития предпринимательского мышления и предпринимательского поведения.

Задачи. К концу изучения курса студенты должны:

1. Осознать предпринимательский потенциал внутри себя и других в их среде;
2. Понять роль предпринимательства в обществе, на уровне организации, и в личной жизни;
3. Понимать фундаментальную важность ключевых значений в объяснении предпринимательского успеха;
4. Понимать процесс и природу предпринимательства, способы управления процессом;
5. Определять и применять много способов, в которых проявляется предпринимательство, в том числе старт-ап контекстах, корпоративных контекстах, социальных контекстах, контекстах общественного сектора и др.;
6. Уметь оценить бизнес-возможность и ее реалистичность;

7. Оценивать характер инновационных бизнес-моделей, которые могут быть превращены в устойчивые предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Entrepreneurship (Предпринимательство)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

–способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

–готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

–способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

–способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

–способность к самоорганизации и самообразованию;

–умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

–способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы	Знает	Основные понятия и категории в сфере корпоративного предпринимательства
	Умеет	Определять и применять много способов, в которых проявляется предпринимательство, в том

организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию		числе в корпоративных контекстах
	Владеет	Инструментами оценки инновационных бизнес-моделей, которые могут быть превращены в устойчивые предприятия
ПК-3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знает	Современные методы управления корпоративными финансами и возможности их применения
	Умеет	Рассчитывать потенциальный уровень доходов проекта (стартапа) Выявлять факторы (драйверы) роста доходов. Выявлять внешние и внутренние ограничения для финансового роста проекта (стартапа).
	Владеет	Инструментами расчёта потенциального уровня доходов проекта (стартапа), постоянных и переменных издержек.
ПК-4 - способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	Роль предпринимательства в обществе, на уровне организации, и в личной жизни Понятие «предпринимательская ориентация» и связанные с ним категории
	Умеет	Оценивать предпринимательский потенциал внутри себя и других в их среде
	Владеет	Способами и инструментами управления предпринимательским процессом
ПК-5 - способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	Процесс и природу предпринимательства
	Умеет	Оценивать бизнес-возможность и ее реалистичность
	Владеет	Инструментами определения перспектив развития организации в сфере предпринимательской деятельности на основе оценки положения компании на рынке и тенденций влияния факторов внешней среды
ПК-6 - Способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	Ключевые значения в объяснении предпринимательского успеха
	Умеет	Определять и применять много способов, в которых проявляется предпринимательство, в том числе старт-ап контекстах, корпоративных контекстах, социальных контекстах, контекстах общественного сектора и др.
	Владеет	Инструментами и способами генерации, оценки и реализации инновационных идей

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Entrepreneurship (Предпринимательство)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловая игра; кейс-стади; дискуссия, разработка проекта, тестирование.

Аннотация к рабочей программе дисциплины « Развитие Навыков Презентации»

Учебный курс «Развитие навыков презентации» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Развитие навыков презентации» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов), контроль (36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Развитие навыков презентации» основана на знаниях, навыках и умениях, полученных в результате овладения курсами « Методы исследований», «Маркетинговое управление», «Глобальная научная коммуникация» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Научно-исследовательская работа», «Преддипломная практика».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Презентация как технология управленческого воздействия: Презентация как вид целенаправленной деятельности. Основные подходы к определению понятия «презентация» и исследованию презентационных взаимодействий. Цель презентации. Основные функции презентации. Публичное выступление как вид презентации. Задачи публичного выступления. Публичные выступления: история и современность.

2. Основные формы презентаций: Виды презентаций. Позитивные и негативные презентации, специфика и условия их применения. Основные средства, специфические особенности, условия и границы применения различных видов презентаций. Презентация в форме монолога и диалога.

Виды презентативного монолога и презентативного диалога. Реплика как вид презентативного монолога. Коммуникативная структура монолога и диалога, особенности их использования. Презентация в форме вопроса. Структура и основные характеристики вопроса. Преимущества презентации в форме вопроса. Технология конструирования вопроса-презентации.

3. Технологии организации презентаций Понятие и виды вербальных и невербальных презентативных средств. Понятие репрезентации. Семантическая, образная и эмоциональная репрезентация. Разработка средств и приемов контроля хода презентации. Разработка и применение средств психологической и коммуникативной защиты при презентации. Типичные ошибки, имеющие место при презентации; способы их устранения. Форма проведения: лекция, практическое занятие «Организация презентации».

Цель – для студентов, чтобы освоить подготовку и проведение презентаций с использованием различных типов речи, в том числе информативным и убедительным. Студенты будут исследовать темы, переносить свои выводы в презентацию, готовить лингвистически и технически адекватные речи и произносить четкие, содержательные и интересные речи. Они также будут наблюдать и анализировать выступления известных ораторов и оценивать презентации своих одноклассников. Курс направлен на то, чтобы уменьшить беспокойство студентов на публичных презентациях, уделить особое внимание подготовке речи, улучшить навыки публичных выступлений и сделать учащихся более способными оценивать свои собственные результаты и результаты других.

Задачи:

- осознать личные речевые привычки и особенности. Повысить доверие;
- улучшить осанку, голос, дикцию и другую механику речи;
- разработать методы подготовки речи и презентации, осведомленность

аудитории и самосознание;

- представлять различные речи (информативные, убедительные, показательные, особые случаи и т.д.);
- создать и представить исследовательскую презентацию, используя основные шаблоны эффективной презентации;
- отвечать и задавать вопросы, касающиеся презентации исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Развитие навыков презентации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1; готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знает	основные нормы современного языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические) и систему функциональных стилей языка.
	Умеет	пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями языка.

	Владеет	навыками создания на языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на соответствующее направление подготовки / специальность.
ПК-11; способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	требования к оформлению результатов исследования в форме доклада, статьи или научного отчета.
	Умеет	применять полученные знания в проведении научных исследований, в том числе в виде статьи или доклада.
	Владеет	Навыками самостоятельной исследовательской работы, методикой и методологией научных исследований в сфере финансов.
ПК-12; способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	способы описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования.
	Умеет	сформулировать научную проблематику в сфере; обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
	Владеет	умением обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.

Abstract to the work program of the course «Presentation Skills»

The course «Presentation Skills» is intended for students of the direction of training 38.04.02 Management.

The course «Presentation Skills» is included in the list of variable «Courses (modules)».

The course is equivalent to 5 credits total, corresponding to 180 hours. The curriculum comprises practice work (36 hours), students' independent work (72 hours), control of student's independent work (36 hours), control (36 hours). The course is delivered on the 2nd year during the 4th semester.

The course «Presentation Skills» is based on the knowledge, skills and abilities obtained from mastering the courses «Research Methods», «Marketing Management», «Global Research Communication» and allows to prepare students for studying a number of courses such as «Research Project», «Professional Practice», «Pre-graduation internship».

The course consists of three modules and the contents cover the following range of issues:

1. Presentation as a technology of managerial influence: Presentation as a type of purposeful activity. The main approaches to the definition of the concept of "presentation" and the study of presentation interactions. The purpose of the presentation. The main features of the presentation. Public speaking as a kind of presentation. Tasks of public speaking. Public performances: history and modernity.

2. The main forms of presentations: Types of presentations. Positive and negative presentations, specifics and conditions for their use. Fixed assets, specific features, conditions and limits of application of various types of presentations. Presentation in the form of a monologue and dialogue. Types of presentation monologue and presentation dialogue. Replica as a kind of presentational

monologue. Communicative structure of a monologue and dialogue, features of their use. Presentation in the form of a question. Structure and main characteristics of the issue. The advantages of the presentation in the form of a question. Design technology question representation.

3. Technologies of organizing presentations: The concept and types of verbal and non-verbal presentational means. The concept of representation. Semantic, imaginative and emotional representation. Development of tools and techniques for monitoring the presentation. Development and use of means of psychological and communication protection during the presentation. Typical errors that occur during the presentation; ways to eliminate them. Form of conduct: lecture, practical lesson "Organization of the presentation."

The goal- is for students to master the preparation and delivery of presentations using various type of speech including informative and persuasive. Students will research on topics, transfer their findings into the presentation, prepare linguistically and technically adequate speeches, and deliver clear, meaningful and interesting speeches. They will also observe and analyze presentation of renowned speakers and assess their classmates' presentations. The course aims to reduce students' anxiety in public presentations, emphasize speech preparation, enhance public speaking skills, and make students better able to evaluate their own performance and that of others.

Tasks:

- to become aware of personal speech habits and characteristics. To increase confidence;
- to improve posture, voice, diction and other mechanics of speech;
- to develop speech preparation and presentation techniques, audience awareness and self-awareness;
- to present a variety of speeches (informative, persuasive, demonstrative, special occasion, etc.);
- to create and deliver a research presentation using the basic patterns of an effective presentation

- to answer and ask questions concerning a research presentation.

For successful study of the course «Presentation Skills Development» the students must have the following preliminary competences:

- ability to self-improvement and self-development in the professional sphere, to improve their general cultural level;
- readiness to integrate into the scientific, educational, economic, political and cultural space of Russia and the APR;
- the ability to take initiative and make responsible decisions, aware of the responsibility for the results of their professional activities;
- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- ability to self-organization and self-education;

As a result of studying this course, the students form the following general and specific professional competencies (elements of competencies):

Code of competence	Stages of competence formation	
GPC -1; readiness for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity	Knows	The basic norms of the modern language (spelling, punctuation, grammatical, stylistic, orthographic) and the system of functional language styles.
	Is able to	Use the main reference books, explanatory and normative dictionaries of the language.
	possesses	Skills of creating literate and coherent written and oral texts of educational and scientific topics of an abstract nature focused on the corresponding training direction / specialty in the language.
PC-11; The research results were conducted in the form of a scientific report, article or report.	Knows	Requirements for the design of research results in the form of a report, article or scientific report.
	Is able to	Apply the knowledge gained in conducting research, including in the form of an article or report.
	possesses	Skills of independent research work, methodology and methodology of scientific research in finance.

PC-12; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research	Knows	Ways to describe the characteristics, object, subject, purpose and tasks, own scientific research.
	Is able to	formulate a scientific perspective in the field; justify the relevance theoretical and practical significance selected topic of science research
	possesses	<p>умения обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;</p> <p>the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research;</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Эффективные Бизнес Презентации»

Учебный курс «Эффективные бизнес презентации» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Эффективные бизнес презентации» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа), контроль самостоятельной работы студентов (36 часов), контроль (36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Эффективные бизнес презентации» основана на знаниях, навыках и умениях, полученных в результате овладения курсами «Методы исследований», «Маркетинговое управление», «Глобальная научная коммуникация» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Научно-исследовательская работа», «Преддипломная практика».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Презентация как технология управленческого воздействия: Презентация как вид целенаправленной деятельности. Основные подходы к определению понятия «презентация» и исследованию презентационных взаимодействий. Цель презентации. Основные функции презентации. Публичное выступление как вид презентации. Задачи публичного выступления. Публичные выступления: история и современность.

2. Основные формы презентаций: Виды презентаций. Позитивные и негативные презентации, специфика и условия их применения. Основные средства, специфические особенности, условия и границы применения различных видов презентаций. Презентация в форме монолога и диалога.

Виды презентативного монолога и презентативного диалога. Реплика как вид презентативного монолога. Коммуникативная структура монолога и диалога, особенности их использования. Презентация в форме вопроса. Структура и основные характеристики вопроса. Преимущества презентации в форме вопроса. Технология конструирования вопроса-презентации.

3. Технологии организации презентаций Понятие и виды вербальных и невербальных презентативных средств. Понятие репрезентации. Семантическая, образная и эмоциональная репрезентация. Разработка средств и приемов контроля хода презентации. Разработка и применение средств психологической и коммуникативной защиты при презентации. Типичные ошибки, имеющие место при презентации; способы их устранения. Форма проведения: лекция, практическое занятие «Организация презентации».

Цель – для студентов, чтобы освоить подготовку и проведение презентаций с использованием различных типов речи, в том числе информативным и убедительным. Студенты будут исследовать темы, переносить свои выводы в презентацию, готовить лингвистически и технически адекватные речи и произносить четкие, содержательные и интересные речи. Они также будут наблюдать и анализировать выступления известных ораторов и оценивать презентации своих одноклассников. Курс направлен на то, чтобы уменьшить беспокойство студентов на публичных презентациях, уделить особое внимание подготовке речи, улучшить навыки публичных выступлений и сделать учащихся более способными оценивать свои собственные результаты и результаты других.

Задачи:

- осознать личные речевые привычки и особенности. Повысить доверие;
- улучшить осанку, голос, дикцию и другую механику речи;
- разработать методы подготовки речи и презентации, осведомленность

аудитории и самосознание;

- представлять различные речи (информативные, убедительные, показательные, особые случаи и т. Д.);
- создать и представить исследовательскую презентацию, используя основные шаблоны эффективной презентации;
- отвечать и задавать вопросы, касающиеся презентации исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Эффективные бизнес презентации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1; готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знает	систему норм современного выбранной языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике.
	Умеет	использовать язык, чтобы четко общаться с человеком и командой через различные управленческие функции

	Владеет	лексические, когнитивные и ораторские способности эффективно передавать и получать информацию
ПК-8; способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления
	Умеет	обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные
	Владеет	Методология и методы исследования
ПК-9; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	особенности экономического и стратегического анализа; стратегическая составляющая всех этапов планирования в компании; инструменты для экономического и стратегического анализа внутренней и внешней среды компании;
	Умеет	сосредоточиться на стратегических вопросах и целях компании; правильно организовать сбор и обработку данных, необходимых для анализа; анализировать внутренние и внешние параметры компании;
	Владеет	навыки анализа среды компании с использованием инструментов стратегического и экономического анализа.
ПК-11; способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	Требования к оформлению результатов исследования в виде отчета, статьи или научного отчета.
	Умеет	Применять знания, полученные при проведении исследований, в том числе в виде статьи или отчета.
	Владеет	Навыки самостоятельной исследовательской работы, методология и методология научных исследований в области финансов.
ПК-12; способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	Способы описания характеристик, объекта, предмета, цели и задач, собственные научные исследования.
	Умеет	сформулировать научную перспективу в данной области; обосновать актуальность теоретической и практической значимости выбранной темы научного исследования

	Владеет	умения обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
--	---------	---

Abstract to the work program of the course

«Effective Business Presentations»

The course «Effective Business Presentations» is intended for students of the direction of training 38.04.02 Management

The course «Effective Business Presentations» is included in the list of variable «Courses (modules)».

The course is equivalent to 5 credits total, corresponding to 180 hours. The curriculum comprises practice work (36 hours), students' independent work (72 hours), control of student's independent work (36 hours), control (36 hours). The course is delivered on the 2nd year during the 4th semester.

The course «Effective Business Presentations» is based on the knowledge, skills and abilities obtained from mastering the courses «Research Methods», «Marketing Management», «Global Research Communication» and allows to prepare students for studying a number of courses such as «Research Project», «Professional Practice», «Pre-graduation internship».

The course consists of three modules and the contents cover the following range of issues:

1. Presentation as a technology of managerial influence: Presentation as a type of purposeful activity. The main approaches to the definition of the concept of "presentation" and the study of presentation interactions. The purpose of the presentation. The main features of the presentation. Public speaking as a kind of presentation. Tasks of public speaking. Public performances: history and modernity.

2. The main forms of presentations: Types of presentations. Positive and negative presentations, specifics and conditions for their use. Fixed assets, specific

features, conditions and limits of application of various types of presentations. Presentation in the form of a monologue and dialogue. Types of presentation monologue and presentation dialogue. Replica as a kind of presentational monologue. Communicative structure of a monologue and dialogue, features of their use. Presentation in the form of a question. Structure and main characteristics of the issue. The advantages of the presentation in the form of a question. Design technology question representation.

3. Technologies of organizing presentations: The concept and types of verbal and non-verbal presentational means. The concept of representation. Semantic, imaginative and emotional representation. Development of tools and techniques for monitoring the presentation. Development and use of means of psychological and communication protection during the presentation. Typical errors that occur during the presentation; ways to eliminate them. Form of conduct: lecture, practical lesson "Organization of the presentation."

The goal- is for students to master the preparation and delivery of presentations using various type of speech including informative and persuasive. Students will research on topics, transfer their findings into the presentation, prepare linguistically and technically adequate speeches, and deliver clear, meaningful and interesting speeches. They will also observe and analyze presentation of renowned speakers and assess their classmates' presentations. The course aims to reduce students' anxiety in public presentations, emphasize speech preparation, enhance public speaking skills, and make students better able to evaluate their own performance and that of others.

Tasks:

- to become aware of personal speech habits and characteristics. To increase confidence;
- to improve posture, voice, diction and other mechanics of speech;
- to develop speech preparation and presentation techniques, audience awareness and self-awareness;

- to present a variety of speeches (informative, persuasive, demonstrative, special occasion, etc.);
- to create and deliver a research presentation using the basic patterns of an effective presentation
- to answer and ask questions concerning a research presentation.

For successful study of the course «Effective Business Presentations» the students must have the following preliminary competences:

- ability to self-improvement and self-development in the professional sphere, to improve their general cultural level;
- readiness to integrate into the scientific, educational, economic, political and cultural space of Russia and the APR;
- the ability to take initiative and make responsible decisions, aware of the responsibility for the results of their professional activities;
- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- ability to self-organization and self-education;

As a result of studying this course, the students form the following general and specific professional competencies (elements of competencies):

Code of competence	Stages of competence formation	
GPC -1; readiness for communication in oral and written forms in Russian and foreign languages for solving problems of professional activity.	Knows	the system of norms of the modern chosen language (spelling, punctuation, grammatical, stylistic, orthoepic) and the system of functional styles of the Russian language in its dynamics.
	Is able to	use language to communicate clearly with a person and a team through various managerial functions
	possesses	lexical, cognitive and oratorical ability to effectively transmit and receive information
PC-8; the ability to use quantitative and qualitative methods to conduct applied research and business process management, to prepare analytical materials on the	Knows	basic concepts, methods and tools for quantitative and qualitative analysis of management processes
	Is able to	process empirical and experimental data

results of their use.	possesses	Research methodology and methods
PC-9; possession of methods of economic and strategic analysis of the behavior of economic agents and markets in a global environment.	Knows	features of economic and strategic analysis; strategic component of all planning stages in the company; tools for economic and strategic analysis of the internal and external environment of the company;
	Is able to	focus on strategic issues and goals of the company; correctly organize the collection and processing of data necessary for analysis; analyze the internal and external parameters of the company ;
	possesses	-the skills of analyzing the company's environment using the tools of strategic and economic analysis.
PC-11; The research results were conducted in the form of a scientific report, article or report.	Knows	Requirements for the design of research results in the form of a report, article or scientific report.
	Is able to	Apply the knowledge gained in conducting research, including in the form of an article or report.
	possesses	Skills of independent research work, methodology and methodology of scientific research in finance.
PC-12; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research.	Knows	Ways to describe the characteristics, object, subject, purpose and tasks, own scientific research.
	Is able to	formulate a scientific perspective in the field; justify the relevance theoretical and practical significance selected topic of science research
	possesses	умения обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; the ability to justify the relevance, theoretical and practical significance of the chosen topic of scientific research;

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Practice of your own start-up foundation (Практика создания
собственного бизнеса)»

Учебный курс «Practice of your own start-up foundation (Практика создания собственного бизнеса)» предназначен для студентов образовательной программы по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемый на английском языке.

Дисциплина «Practice of your own start-up foundation (Практика создания собственного бизнеса)» включена в состав вариативной части блока ФТД, Факультативы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Practice of your own start-up foundation (Практика создания собственного бизнеса)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» и позволяет студентам получить дополнительные компетенции для изучения ряда таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» / «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)», «Entrepreneurship (Предпринимательство)», а также для создания собственного бизнеса.

Содержание дисциплины состоит из семи разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Поиск Бизнес-идеи
2. Бизнес-моделирование
3. Исследование рынка
4. Маркетинг
5. Основы интернет-маркетинга
6. Основы финансовой грамотности
7. Правовые аспекты бизнеса

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков, необходимых для развития, оптимизации своего дела с нуля.

Задачи:

- научиться определять поле для нового бизнеса и построить эффективную команду;
- способствовать развитию навыков визуализации своего будущего бизнеса, путем проработки взаимосвязей между элементами в популярном шаблоне бизнес-модели;
- научиться определять целевой сегмент, выявлять конкурентов;
- способствовать развитию навыков «представления» компании на рынке и выстраивания коммуникаций с потребителями;
- способствовать развитию навыков управления продажами.

Для успешного изучения дисциплины «Practice of your own start-up foundation (Практика создания собственного бизнеса)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- способность генерировать идеи в научной и профессиональной

деятельности;

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	принцип поиска бизнес-идеи; принципы бизнес моделирования.
	Умеет	найти поле нового бизнеса и построить эффективную команду; визуализировать свой будущий бизнес; понять, кто будущие клиенты бизнеса.
	Владеет	навыками создания нового бизнеса и построения эффективной команды; навыками визуализации своего будущего бизнеса.
ПК-5 - способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	знает	теоретические и методологические основы управления проектами развития, специфику и порядок разработки проекта развития, критерии приоритезации и выбора проектов на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды
	умеет	применять современные методологии и международные стандарты в области управления проектами;
	владеет	способами оценки и выбора приоритетных проектов развития для организации, разработки и управления проектами с использованием современных национальных и международных стандартов в области управления проектами.
ПК-6 способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	-Подходы к инновационным решениям в областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Умеет	-Разрабатывать инновационные решения в различных областях Индустрии гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
	Владеет	-Способностью действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях Индустрии

		гостеприимства и туризма в рамках управления маркетингом
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Practice of your own start-up foundation (Практика создания собственного бизнеса)» учебным планом не предусмотрены методы активного/интерактивного обучения.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Personal Development Management (Управление личностным
развитием)»**

Учебный курс Personal Development Management (Управление личностным развитием) предназначен для студентов по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программы «Экономика и менеджмент окружающей среды (Environmental Economics and Management)», реализуемой на английском языке.

Дисциплина Personal Development Management (Управление личностным развитием) включена в состав факультативов вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина Personal Development Management (Управление личностным развитием) основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» и позволяет студентам получить дополнительные компетенции для изучения ряда таких дисциплин, как «Marketing Management (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» / «Marketing Management (Маркетинговое управление в международном бизнесе)», «The management strategy. Portfolio management (Управление стратегий. Портфельное управление)», «Entrepreneurship (Предпринимательство)».

Содержание дисциплины состоит из 6 тем и охватывает следующий круг вопросов: теоретические основы управления личностным развитием, личность как субъект управления, самоэффективность руководителя,

подходы к повышению работоспособности, личностная успешность предпринимателя, стратегии делового и личного успеха.

Цель - развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно управлять личностным развитием для повышения результативности и качества профессионально-управленческой деятельности.

Задачи:

- освоить теоретические основы управления личностным развитием;
- овладеть методами выявления, развития и эффективного применения личностного потенциала;
- обрести умения повышать продуктивность личной профессионально-управленческой деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Управление личностным развитием» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- *Общекультурные:* готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем (ОК-2), умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения (ОК-4), способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности (ОК-5), способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-8), готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-10).

- *Общепрофессиональные:* готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1), готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2), способность проводить самостоятельные исследования,

обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3),

- *Профессиональные:* способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1), способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2), способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3), способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации (ПК-4), способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды (ПК-5), способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления (ПК-6), способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации (ПК-7).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	основы управления личностным развитием, позволяющие управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Умеет	применять принципы управления личностным развитием, позволяющие управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Владеет	навыками использования методов управления личностным развитием, позволяющими управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины Personal Development Management (Управление личностным развитием) применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: групповая дискуссия, эссе, брейнсторминг, индивидуальное творческое задание.