



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин (модулей), практик
Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры
«Управление бизнесом»

Форма обучения: *очная*
Нормативный срок освоения программы
(очная форма обучения): *2 года*
Год начала подготовки: *2023*

Владивосток
2023

Содержание

1. Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)	3
2. Глобальная научная коммуникация	8
3. Критическое и проектное мышление	12
4. Теория менеджмента	16
5. Управленческая экономика	18
6. Бизнес-исследования	21
7. Принятие решений	28
8. Управление организацией	33
9. Lean StartUp/Предпринимательство	36
10. Практический маркетинг	40
11. Осознанное лидерство: управление собой и взаимодействие в команде	43
12. Стратегический менеджмент	47
13. Операционный менеджмент	50
14. Корпоративные финансы	53
15. Управление изменениями	56
16. Поведение потребителей и нейромаркетинг	58
17. Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг	60
18. Маркетинговое управление	64
19. Бренд-менеджмент	66
20. Выведение товаров на азиатские рынки	66
21. Финансовое моделирование	71
22. Учебная практика. Научно-исследовательская работа.....	74
23. Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно- исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта).....	77
24. Производственная практика. Научно-исследовательская работа	80
25. Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика	82
26. Производственная практика. Практика в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности.....	89

Аннотация дисциплины

«Skills for study in Economics and Management

(Академические навыки в области экономики и менеджмента)»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы / 180 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий 72 часа, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 часов.

Язык реализации: английский

Цель:

Формирование и развитие у магистрантов академических умений и навыков, необходимых для научно-исследовательской и учебной работы в российском и зарубежном контексте и для осуществления межкультурной коммуникации в интернациональных академических сообществах.

Задачи:

- формирование иноязычного терминологического аппарата обучающихся (в академической среде);
- развитие навыков устной и письменной речи в ситуациях межкультурного общения в академической среде;
- развитие дискурсивной компетенции (дальнейшее развитие навыков построения целостных, связных и логичных высказываний (дискурсов) разных функциональных стилей в устной и письменной коммуникации;
- формирование у магистрантов представления о коммуникативном поведении в различных ситуациях общения (в академической среде);
- развитие социальной компетенции (совершенствование умения использовать вербальные и невербальные стратегии для компенсации пробелов, связанных с недостаточным владением языком);
- формирование у обучающихся системы понятий и реалий, связанных с профессиональной деятельностью в области экономики и менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как научно-исследовательская работа, дизайн исследовательского проекта, школа молодого автора.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии при установлении контактов, в общении, составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров, типовую деловую документацию, академические или профессиональные тексты на иностранном языке	Знает правила порождения лексически и грамматически правильных устных и письменных высказываний Умеет породить подготовленную и неподготовленную устную и письменную речь в ситуациях межкультурного профессионального общения в пределах изученного языкового материала Владеет навыками составления академических текстов разных жанров на иностранном языке

		<p>УК-4.2 Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях</p>	<p>Знает нормы устной и письменной речи на русском и иностранном языках; основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, принципы ведения дискуссии и полемики; правила делового этикета; интонационного оформления высказываний разного типа; грамматические правила и модели, позволяющие понимать достаточно сложные тексты и грамотно строить собственную речь в разнообразных видовременных формах и в различной модальности</p> <p>Умеет составлять текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности; составлять аннотации и рефераты на иностранном языке</p> <p>Владеет навыками ведения академических и профессиональных дискуссий на иностранном языке</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития</p>	<p>Знает о ценностных системах представителей других культур, участвующих в академической коммуникации</p> <p>Умеет работать с собственными предубеждениями, стереотипами, когнитивными искажениями в отношении представителей других</p>

			<p>культур, участвующих в академической коммуникации</p> <p>Владеет навыками межкультурного взаимодействия</p>
		<p>УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учётом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп, обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач</p>	<p>Знает правила социального и профессионального взаимодействия, не допуская стереотипов, предвзятости суждения;</p> <p>Умеет определять и учитывать особенности поведения и мотивации людей различных социальных, этнических групп в процессе взаимодействия с ними в ситуациях делового общения</p> <p>Владеет навыками социального и профессионального взаимодействия в межкультурной среде</p>
	<p>ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.</p>	<p>ОПК -5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами</p>	<p>Знает критерии оценки качества научных исследований; способы анализа научных публикаций; методы отбора, обобщения и представления результатов научных исследований на иностранном языке</p> <p>Умеет отбирать и оценивать информацию по научной тематике, в том числе, иноязычных авторов; критически читать сложные научные тексты; определять качественные характеристики результатов исследований</p> <p>Владеет навыками оценки и обобщения результатов научных исследований</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, мозговой штурм, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Глобальная научная коммуникация

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *4 часов*, практических *32 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *72 часа*.

Язык реализации: русский

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 в условиях цифровизации в быстроменяющемся мире.

Задачи:

- дать представление об основных структурных и содержательных элементах и инструментах научной коммуникации;
- создать условия для формирования у студентов интереса к исследуемому объекту и навыков системного мышления;
- создать условия для формирования обоснованных позиций и стратегий коммуникации;
- создать условия для знакомства и формирования первичных навыков работы с цифровыми инструментами и объектами цифровой среды, необходимыми для обеспечения эффективной научной и профессиональной коммуникации;
- создать условия для эффективного междисциплинарного командного взаимодействия.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения; способность

осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач; готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала, обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление», «Академические навыки в области экономики и менеджмента», а также к научно-исследовательской и проектной работе), формирующих компетенции УК-1; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-3.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Коммуникация	УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 – Применяет современные коммуникативные технологии при установлении контактов, в общении, составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров, типовую деловую документацию, академические или профессиональные тексты на иностранном языке	Знает о жанрах устной и письменной коммуникации (включая электронный формат) академического, делового и профессионального характера Умеет составлять типовую деловую документацию и тексты по широкому и узкому профилю академической и профессиональной деятельности Владеет навыками использования коммуникативных технологий в ситуациях межкультурного академического и профессионального общения

		<p>УК-4.2 – Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях</p>	<p>Знает основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, правила ведения дискуссии</p> <p>Умеет составить текст публичного выступления по результатам академической деятельности и представить его публично, в том числе, используя информационно-коммуникационные технологии</p> <p>Владеет навыками ведения академической и профессиональной дискуссии</p>
	<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1 – Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития</p>	<p>Знает основы идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития</p> <p>Умеет формировать единое ценностное пространство корпоративной культуры, учитывая и согласовывая культурные, идеологические и этнические различия</p> <p>Владеет навыками организации межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур</p>

		<p>УК-5.2</p> <p>Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учётом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп, обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач</p>	<p>Знает основы межкультурного и межэтнического взаимодействия</p> <p>Умеет определять и учитывать особенности поведения и мотивации людей различных социальных, этнических групп в процессе взаимодействия с ними в ситуациях делового общения</p> <p>Владеет навыками социального и профессионального взаимодействия в межкультурной среде</p>
	<p>ОПК-2 – Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;</p>	<p>ОПК-2.1 – Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе</p>	<p>Знает основы и инструменты сбора и обработки данных</p> <p>Умеет отбирать и оценивать информацию по научной тематике</p> <p>Владеет навыками оценки профессионально значимой информации</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Глобальная научная коммуникация» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-дискуссия, игра, разработка портфолио.

Аннотация дисциплины

Критическое и проектное мышление

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается *зачетом с оценкой*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *12 часов*, практических занятий *36 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - *96 часов*.

Язык реализации: русский

Цель:

Сформировать у обучающихся компетенции критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, разработки стратегии действий, управления проектом на всех этапах его жизненного цикла, обобщения и критической оценки научных исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения научно-исследовательских проектов.

Задачи:

Сформировать навыки:

- разработки методических и нормативных документов, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков
- контроля реализации проекта, изменения плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла
- системного анализа проблемной ситуации, выявления её составляющих и связей между ними, определения и критической оценки надежности требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации
- разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного

подходов, выстраивания сценариев реализации стратегии, определения возможных рисков и путей их устранения

- разработки планов прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами
- разработки рекомендаций по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса

После освоения дисциплины, обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Бизнес-исследования», формирующую компетенции и элементы компетенций ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления, ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач, ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды, ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

Компетенции, формируемые дисциплиной «Критическое и проектное мышление», также изучаются в рамках таких дисциплин, как «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Бизнес-исследования».

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Критическое и проектное мышление, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Универсальные	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Знает подходы к критической оценке современных практически-значимых научных исследований в экономике; Умеет определять необходимость развернутой аргументации для представления разработанной стратегии действий; Владеет инструментами критического мышления
		УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения	Знает, как разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строить сценарии реализации стратегии, определять возможные риски и предлагая пути их устранения Умеет разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения
Универсальные	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	Знает подходы к управлению проектом в зависимости от выбранного жизненного цикла; Умеет выбирать предиктивный или адаптивный подходы к управлению проектом в зависимости от контекста реализации проекта; Владеет методами контроля и изменения планов проекта в зависимости от выбранного подхода к управлению жизненным циклом проекта;

		УК-2.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла	Знает, как осуществлять контроль за реализацией проекта, принимать решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла; Умеет осуществлять контроль за реализацией проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла;
Общепрофессиональные	ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы сбора, оценки, анализа и синтеза данных, необходимых для реализации проекта; Умеет обобщать данные, полученные в ходе исследования; Владеет инструментами сбора, оценки, анализа и синтеза данных проекта
		ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	Знает принципы коммуникации с заинтересованными сторонами проекта; Умеет налаживать и поддерживать коммуникации с заинтересованными сторонами проекта; Владеет инструментарием коммуникации с заинтересованными сторонами проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Критическое и проектное мышление» применяются следующие методы / активного / интерактивного обучения: работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Теория менеджмента

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц / 216 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов (в том числе с включением онлайн-курса «Управление личными финансами» от ДВФУ в объеме 72 часа).

Язык реализации: русский.

Цель: сформировать у студентов представление о методах и инструментах менеджмента, а также способствовать получению практических навыков в области управления современной организацией.

Задачи:

- понимание сущности управленческого труда, научных основ менеджмента и современных тенденций его развития;
- понимание основ проектирования организационной структуры, делегирования полномочий;
- владение навыками анализа внешней и внутренней среды организации, владение навыками выбора форм и методов мотивации труда, лидерства и власти для решения задач управления, а также для организации эффективной работы коллективов на основе знания процессов групповой динамики и развития организационной культуры;
- знание основ принятия управленческих решений, учитывающие интересы стейкхолдеров;
- владение навыками выбора стратегии организации, планирования её реализации;
- способность адаптироваться к изменяющимся требованиям и условиям профессиональной деятельности руководителя с учетом его места в иерархии управления, его ключевых ролей, целей, задач и особенностей функционирования организации.

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

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

– способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

– владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1 Знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач профессиональной сфере	Знает теоретические основы современной организационной и управленческой теории для анализа текущего состояния организации
			Умеет анализировать текущее состояние организации и определять целевые задачи в профессиональной сфере
			Владет навыками разработки решений целевых задач в профессиональной сфере
	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	Знает теоретические основы техник организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов
			Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов
			Владет навыками анализа и оценки результатов организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория менеджмента» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: решение кейсов.

Аннотация дисциплины

Управленческая экономика

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 27 часа.

Язык реализации: русский язык.

Цель: формирование глубоких знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений.

Задачи:

- определение экономики управления и объяснение её связи с микроэкономикой и другими близкими областями, такими как финансы, маркетинг и статистика;
- знание и формирование основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов компании;
- изучение множества конкретных примеров того, как изменения, связанные с покупателями, конкуренцией и технологией, могут повлиять на способность компании приносить приемлемую прибыль;
- выработка умения сопоставлять современные экономические проблемы с точки зрения страны и с точки зрения компании;
- развитие навыков исследовательской деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Управленческая экономика» у обучающегося по программе должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы;
- способностью работать с различными информационными ресурсами и технологиями, применять основные методы, способы и средства получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации;
- способностью применять математический инструментарий для решения экономических задач;
- способностью использовать закономерности и методы экономической науки при решении профессиональных задач;
- способностью применять основные закономерности создания и принципы функционирования систем экономической безопасности хозяйствующих субъектов;
- способностью обосновывать выбор методик расчета экономических показателей;
- способностью на основе типовых методик и действующей нормативно- правовой базы рассчитывать экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
- способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами.

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Управленческая экономика», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1 Знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач в профессиональной сфере	Знает современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач в профессиональной сфере умеет на практике использовать методики управления рисками

Код и наименование обще профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает подходы к анализу отраслевого опыта Умеет принимать решения на основе анализа лучших отраслевых практик в сфере управления
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает современные техники и методики сбора данных, методы их обработки и анализа Владеет навыками поиска, анализа и оценки профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе
	ОПК – 2.3 Применяет разнообразные техники количественных и качественных исследований (парсеров, сервисов цифровой аналитики и проч.) для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия	Понимает принципы сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа Умеет использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управленческая экономика» применяются следующие образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, «круглый стол».

Аннотация дисциплины

Бизнес-исследования

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе во 2 семестре и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 9 часов, практических занятий в объеме 18 часов и лабораторных 27 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 90 часов (из них 45 часов на подготовку к экзамену).

Язык реализации: русский

Цель:

Ознакомить студентов с понятийно-терминологическим аппаратом, основными теоретическими постулатами и практическими инструментами проведения современных исследований, необходимых для решения актуальных проблем в бизнесе.

Задачи:

- ознакомление с теоретическими концепциями бизнес-исследований, бенчмарком отраслевых лидеров, новыми тенденциями в разных областях профессиональной деятельности, с кругом доступных исследователям в области бизнеса качественных и количественных методов исследования, источников данных, исследовательских планов и методов обработки результатов; методами прогнозирования будущего развития компании;
- овладение критериями оценки качества и эффективности качественных и количественных методов бизнес-исследований;
- овладение алгоритмом принятия управленческих решений на основе научных достижений;
- формирование целостной системы личностно-профессиональных компетенций в области планирования и организации проведения

эмпирических бизнес-исследований, анализа и интерпретации полученных в них результатов.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-1; УК-2; УК-4; УК-5; ОПК-5, полученные в результате изучения дисциплин Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента) и Критическое и проектное мышление, обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Методы принятия управленческих решений и Управление изменениями, формирующих компетенции ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-2; ПК-3.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Отсутствует	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает лучшие российские и зарубежные практики исследований, инновационных подходов в сфере управления бизнесом
			Умеет критически анализировать исследовательские практики управления в сфере бизнеса
			Владеет основными теоретическими концепциями бизнес-исследований
		ОПК-1.3 Анализирует бенчмарки отраслевых лидеров при решении профессиональных задач	Знает отраслевых лидеров
			Умеет оценивать отраслевых лидеров с позиции эффективности

			решаемых профессиональных задач
			Владеет навыками сравнительного анализа отраслевых лидеров при решении профессиональных задач
Отсутствует	ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает методы и средства сбора информации по исследуемой проблеме, в том числе в страновом и региональном разрезе
			Умеет обосновывать актуальность и практическую профессиональную значимость информации для проведения бизнес-исследований и управления, в том числе в страновом и региональном контексте
			Владеет методами и средствами анализа и обработки информации по исследуемой проблеме, в том числе в страновом и региональном разрезе
		ОПК-2.3 Применяет разнообразные техники количественных и качественных исследований (парсеров, сервисов цифровой аналитики и проч.) для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия	Знает разные способы сбора и обработки информации о внешней и внутренней среде предприятия при решении управленческих и исследовательских задач
			Умеет обосновывать условия применения методов количественных и качественных исследований для сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия
			Владеет методами и инструментами количественных и качественных исследований (парсеров, сервисов цифровой аналитики и проч.) для

			сбора информации о внешней и внутренней среде предприятия
Отсутствует	ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационные управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;	ОПК-3.1 Анализирует международные тенденции, принимает компетентные управленческие решения, продвигая интересы России и российского бизнеса на мировой арене	Знает приоритетность продвижения интересов российского бизнеса на мировой арене в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды
			Умеет выявлять международные тенденции в развитии бизнеса в условиях сложной (в том числе кросскультурной) и динамичной среды
			Владеет навыками разработки компетентных управленческих решений с учетом международных тенденций, интересов России и российского бизнеса на мировой арене в условиях сложной (в том числе кросскультурной) и динамичной среды
Отсутствует	ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает требования к организации прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса, его основные этапы
			Умеет критически оценивать и обобщать результаты научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами, с точки зрения соответствия поставленным исследовательским задачам

			Владеет навыками разработки дизайна, планов прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса
		ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	Знает требования к подготовке аналитических материалов (докладов, презентаций) по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса
			Умеет делать выводы по итогам проведенного исследования в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса
			Владеет навыками формирования перечня рекомендаций по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса
		ОПК-5.3 Интегрирует научные достижения в менеджменте, маркетинге в практику принятия решений	Знает о роли внедрения научных достижений в практику принятия решений в менеджменте, маркетинге и другие смежные области
			Умеет критически оценивать практику внедрения научных достижений в менеджменте, маркетинге при принятии решений в бизнесе
			Владеет навыками принятия управленческих решений на основе научных достижений в

			менеджменте, маркетинге и других смежных областях
	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Знает стратегии, методы и инструменты исследования, критерии их выбора для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
Умеет оценивать обоснованность управленческих решений и экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей с учетом их адаптации к конкретным задачам управления			
Владеет навыками проведения самостоятельных исследований с использованием количественных и качественных методов исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления			
		ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании	Знает методы определения новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности

			Умеет анализировать современные тренды в разных областях профессиональной деятельности
			Владеет навыками разработки направлений развития компании на основе прогнозирования будущего

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бизнес-исследования» применяются следующие образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: собеседование, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, решение кейс-задач.

Аннотация дисциплины

Принятие решений

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц / 180 академических часа. Является дисциплиной обязательной части образовательной программы, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 99 часов.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у магистрантов целостного представления о процессах научного мышления, классических и современных взглядах на понятия и категории методов принятия управленческих решений, закономерностях и методологии организации деятельности при принятии управленческих решений в условиях цифровой экономики.

Сформировать компетенции по анализу и выявлению естественно-научной сущности проблем управления в организационных системах на основе положений, законов и методов в области философии, естественных и технических наук.

Задачи:

- ознакомление с основами методами принятия управленческих решений и выработка практических навыков по применению этих методов для принятия эффективных управленческих решений в компании;
- развитие способности самостоятельного мышления и критического отношения к сформировавшимся стереотипам в области применения методов принятия управленческих решений;
- привитие навыков количественного обеспечения принимаемых решений по организации управления как на микро-, так и на макро-уровнях, с выявлением краткосрочных и долгосрочных последствий этих решений в условиях цифровой экономики и Big Data.

Для успешного изучения дисциплины 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 творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные и цифровые) в профессиональной деятельности;
- способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях;
- способность использовать основы управленческих и экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность использовать основы знаний в различных сферах деятельности, полученные в результате изучения дисциплин, обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Предпринимательство», «Стратегический менеджмент», «Операционный менеджмент», «Производственный менеджмент», «Управление изменениями» и «Организационное управление».

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Методы принятия управленческих решений», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.2. Анализирует и моделирует процессы управления с целью оптимизации деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы	Знает современные техники и методики сбора данных для принятия управленческого решения
		Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы
		Владеет навыками применения методов принятия управленческого решения для оптимизации и моделирования деятельности компании
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.2. Выстраивает коммуникации с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и результаты переговоров	Знает современные методики принятия обоснованных организационно-управленческих решений
		Умеет оценивать организационно-управленческие решения в деятельности компании их операционную и организационную эффективность, социальную значимость
		Владеет навыками выстраивания коммуникаций с партнерами, исходя из целей и ситуации профессионального общения, а также результатов переговоров
	ОПК-3.3. Обосновывает организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и международного бизнеса, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности	Знает техники организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и международного бизнеса
		Умеет обосновывать организационно-управленческие решения в деятельности компании их операционную и организационную эффективность, социальную значимость
		Владеет навыками самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их эффективность
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1. Владение навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и международного бизнеса	Знает современные техники и методики проектной и процессной деятельностью в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса
		Умеет использовать современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки, выявлять и оценивать новые рыночные возможности компании
		Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений в сфере менеджмента и российского и международного бизнеса
	ОПК-4.2. Осуществляет контроль за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценивает их результативность	Знает систему контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений
		Умеет оценить результативность выполнения принимаемых организационно-управленческих решений в компании
		Владеет навыками руководства проектной и процессной деятельностью в компании с использованием современных практик

Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>управления и командной работы с использованием цифровых платформ</p> <p>Знает основные этапы разработки, принятия и реализации стратегии развития бизнеса</p> <p>Умеет разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса компании, а также инновационные направления деятельности в соответствующих им бизнес-модели компании</p> <p>Владеет навыками оценки новых рыночных возможностей и разработки стратегии на основе современных методов и матричных моделей с использованием цифровых платформ</p>
<p>ПК-2. Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации</p>	<p>ПК-2.5. Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p>	<p>Знает базовые положения и современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Умеет искать требуемую информацию о состоянии макроэкономической бизнес-среды, путем обращения к разным информационным ресурсам</p> <p>Владеет навыками разрабатывать стратегии развития компании, проекта плана или программы, с указанием сроков, механизма реализации, ресурсного обеспечения и результатов для эффективного управления бизнес-процессами</p>
<p>ПК-3. Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p>	<p>ПК-3.2. Организует операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка</p> <p>ПК-3.4. Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей</p>	<p>Знает методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельности компании</p> <p>Умеет применять методы принятия решений в управлении операционной деятельностью компании в своей профессиональной деятельности</p> <p>Владеет навыками операционной деятельности компании исходя из конкретных условий и потребностей рынка с использованием цифровых платформ; навыками обработки, представления и визуализации данных о структуре рынков и конкурентной среды отрасли</p> <p>Знает базовые положения и современные инструменты планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления</p> <p>Умеет анализировать взаимосвязи между разнообразными данными о деятельности компании, с использованием цифровых платформ, с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p> <p>Владеет навыками принятия управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления компанией</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Принятие решений» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: панельная дискуссия, «круглый стол», «разбор конкретных ситуаций», интерактивные доски MIRO, инструменты командной работы: в Microsoft Teams.

Аннотация дисциплины

Управление организацией

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается зачетом (в 1 семестре) и экзаменом (во 2 семестре). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов (в том числе, 18 часов – в 1 семестре, 18 часов – во 2 семестре), практических занятий в объеме 36 часов (в том числе, 18 часов – в 1 семестре, 18 часов – во 2 семестре), а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 72 часа, в том числе на подготовку к экзамену – 27 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: сформировать у студентов представление о методах и инструментах менеджмента, а также способствовать получению практических навыков в области управления современной организацией.

Задачи:

- понимание сущности управленческого труда, научных основ менеджмента и современных тенденций его развития;
- понимание основ проектирования организационной структуры, делегирования полномочий;
- владение навыками анализа внешней и внутренней среды организации, владение навыками выбора форм и методов мотивации труда, лидерства и власти для решения задач управления, а также для организации эффективной работы коллективов на основе знания процессов групповой динамики и развития организационной культуры;
- знание основ принятия управленческих решений, учитывающие интересы стейкхолдеров;
- владение навыками выбора стратегии организации, планирования её реализации;
- способность адаптироваться к изменяющимся требованиям и условиям профессиональной деятельности руководителя с учетом его места в иерархии управления, его ключевых ролей, целей, задач и особенностей функционирования организации.

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

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

– способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

– владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

– способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1 Знает и применяет на продвинутом уровне современную экономическую, организационную и управленческую теории для решения целевых задач в профессиональной сфере ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления ОПК-1.3 Анализирует бенчмарки отраслевых лидеров при решении профессиональных задач	Знает теоретические основы современной организационной и управленческой теории для анализа текущего состояния организации Умеет анализировать текущее состояние организации и определять целевые задачи в профессиональной сфере Владеет навыками разработки решений целевых задач в профессиональной сфере

	<p>ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p>	<p>ОПК 3.1 Анализирует международные тенденции, принимает компетентные управленческие решения, продвигая интересы России и российского бизнеса на мировой арене</p> <p>ОПК 3.3. Обосновывает организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и международного бизнеса, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности</p>	<p>Знает теоретические основы принятия обоснованных организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость</p> <p>Умеет обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды анализировать текущее состояние организации и определять целевые задачи в профессиональной сфере</p> <p>Владеет навыками разработки организационно-управленческих решений</p>
	<p>ОПК-4</p>	<p>ОПК-4.2 Осуществляет контроль за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценивает их результативность</p> <p>ОПК-4.3 Разрабатывает оптимальные стратегии развития бизнеса, планирует инновационные преобразования и реформы в области менеджмента на основе современных методов и матричных моделей</p>	<p>Знает теоретические основы техник организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p> <p>Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p> <p>Владеет навыками анализа и оценки результатов организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p> <p>Знает теоретические основы техник организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p> <p>Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p> <p>Владеет навыками анализа и оценки результатов организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление организацией» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: решение кейсов.

Аннотация дисциплины

Lean Startup/Предпринимательство

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы / 180 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 2 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение практических/лабораторных 54 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 126 часов.

Язык реализации: русский.

Цель:

Получение студентами набора навыков, необходимых для развития предпринимательского мышления и предпринимательского поведения, ознакомление студентов с моделями и инструментарием предпринимателя от поиска возможности и идеи до создания бизнес-проекта (стартапа), формирование практических предпринимательских навыков для создания и оценки жизнеспособности бизнес-проекта.

Задачи:

- дать представление о процессе предпринимательства, предпринимательском мышлении, принципах предпринимательства;
- научить студентов применять технологии и методы поиска и оценки бизнес-возможностей и бизнес-идей;
- дать представление о методах анализа и определения требований к команде проекта для реализации своей бизнес-идеи;
- научить студентов проводить проблемные и решенческие интервью с потребителями, анализировать результаты исследования потребителей, сегментировать и определять целевую аудиторию;
- дать представление об основных подходах к формированию бизнес-моделей новых компаний в выбранной области;
- сформировать у студентов навыки применения инструментов исследования и анализа рынка и конкурентов;

– научить студентов основам бизнес-планирования нового бизнес-проекта, включая составления плана продаж, финансовой модели, производственного плана, расчета себестоимости продукта/услуги, финансового плана и проведение инвестиционного анализа;

– научить студентов основам подготовки презентации инвестору и представления бизнес-проекта потенциальным инвесторам.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.	ПК-4.1. Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов процессов, бизнеса)	Знает процесс и принципы предпринимательства Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, поиска проблемы «боли» потребителя Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей
		ПК-4.2. Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и	Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей

		<p>пр.) как новых, так и существующих компаний</p>	<p>Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний</p> <p>Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей</p>
		<p>ПК-4.3. Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий.</p>	<p>Умеет сформировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений деятельности и мероприятий</p>
		<p>ПК-4.4. Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими</p>	<p>Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн-мышления</p> <p>Умеет применять инструменты Customer development (интервью, эксперимент) и Дизайн-мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими</p> <p>Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup</p>

		ПК-4.5. Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	<p>Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация)</p> <p>Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез</p> <p>Умеет сформировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории</p>
--	--	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Lean Startup/Предпринимательство» применяются следующие образовательные технологии интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Практический маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц /180 академических часов. Является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 144 часа.

Язык реализации: русский.

Цель дисциплины – сформировать у студентов систему практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути маркетинговой деятельности и способов интеграции элементов маркетинга в систему управления компанией в условиях активного внедрения инноваций и турбулентности бизнес-среды.

Задачи дисциплины: а) подготовить студентов к выработке и внедрению результативных решений в области маркетинга; б) научить студентов «понимать» стейкхолдеров компании и умело воздействовать на них в интересах как фирмы, так и общества в целом при помощи маркетинговых технологий.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Поведение потребителей и нейромаркетинг», «Маркетинговое управление», «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг», «Бренд-менеджмент», «Выведение товаров на азиатские рынки», формирующих компетенции: способность выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности; способность разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации; способность к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией; способность создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных

концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.).

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	знает приемы и методы сбора маркетинговой информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики;
			умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;
			умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке
			умеет собирать цифровые следы компании;
		ПК-1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов	умеет формировать репутацию компании в digital пространстве
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.3 Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	умеет формировать аватары / портреты потребителя;
			умеет анализировать рекламную активность конкурентов;
			умеет разрабатывать программу продвижения компании;
	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования	ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований	умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;
			умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	я и управления компанией	внешний среды ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании	<p>маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды;</p> <p>умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании;</p> <p>умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний;</p> <p>умеет формировать комплекс продвижения компании</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Практический маркетинг» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: обратная связь онлайн посредством MS Teams, деловая игра, работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций и проч.

Аннотация дисциплины
Осознанное лидерство: управление собой
и взаимодействие в команде

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц / 216 академических часов. Является дисциплиной, входящей в блок 1 «Дисциплины (модули)», в части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе в первом и втором семестрах и завершается зачётом (1 семестр) и зачётом с оценкой (2 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объеме 72 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 144 часа.

Язык реализации: русский.

Цель:

Сформировать компетенции осознанного лидерства, позволяющие эффективно применять современные подходы и методы управления командой, используя мягкие навыки в работе менеджера, повышать личную эффективность,

Задачи:

- изучение базовых понятий теории лидерства;
- изучение сущности эмоционального интеллекта руководителя;
- изучения роли руководителя в организации и развитии команды, в разрешении конфликтов и противоречий в коллективе;
- знакомство с техникой аргументации и убеждения;
- формирование умений эффективной коммуникации для построения рационального бизнес-процесса;
- формирование умений организация эффективного взаимодействия участников команды с учетом типологий;
- формирование умений определения ресурсов, выявления участников, методов, технологий организации работы в коллективе;
- формирование умений управления собой и личной эффективностью для саморазвития.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Управление организацией», «Управление изменениями», формирующих компетенции:

- способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;

- способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;

- способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;

- способен управлять созданием и продвижением инновационных продуктов.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Универсальные компетенции	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для	УК-3.1 - Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	знает основные стратегии командной работы; умеет организовывать отбор членов команды для достижения поставленной цели; владеет методами диагностики и отбора участников команды

	достижения поставленной цели	УК-3.2 - Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	знает принципы и задачи организации работы команды; умеет выстраивать эффективные коммуникации в команде на основе современных технологий управления персоналом; владеет методами корректировки работы команды, в том числе на основе коллегиальных решений
	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1- Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	знает основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; умеет применять на практике основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности; владеет навыками применения на практике основных принципов самоорганизации и саморазвития; выделять основные этапы своей образовательной деятельности
		УК-6.2 - Выстраивает и реализует гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	знает подходы к проектированию траектории личностного и профессионального развития; умеет проектировать траекторию личностного и профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования; владеет навыками проектирования траектории личностного и профессионального развития с учетом требований рынка труда
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.4 – Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией	знает основные модели и каналы коммуникации с партнерами, основы речевого поведения; сущность вербального и невербального воздействия, его виды, формы и средства; основные средства создания текстов в различных ситуациях личного и профессионально

			значимого общения, в том числе в деловых переговорах; умеет определять и реагировать соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и результаты переговоров; владеет навыками анализа и прогнозирования развития коммуникаций с партнерами на основе знаний и умений по выстраивания деловых отношений.
	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.4 – Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	знает основные принципы, методы, алгоритмы построения аргументированного убеждения; умеет выстраивать процесс презентации и поддержки проектов, решений по изменению процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией; владеет методами аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений.
	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-3.1 - Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	знает основные принципы, методы, алгоритмы построения аргументированного убеждения; умеет выстраивать процесс презентации и поддержки проектов, решений по изменению процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией; владеет методами аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Осознанное лидерство: управление собой и взаимодействие в команде» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения:

1. Ситуационный метод
2. Проблемный семинар
3. Работа над проектом/творческим заданием, в том числе в малой группе
4. Тренинговый метод

Аннотация дисциплины

Стратегический менеджмент

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объеме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу магистранта – 81 час.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у магистрантов целостного представления о процессах научного мышления, классических и современных взглядах на понятия и категории стратегического менеджмента, практических навыков использования различных подходов, приемов и методов к формированию и реализации стратегии развития организации на основе всестороннего анализа всех существенных факторов в условиях цифровой экономики.

Сформировать компетенции по анализу и выявлению естественно-научной сущности проблем управления в технических системах на основе положений, законов и методов в области философии, естественных и технических наук.

Задачи:

- понимание сущности и содержания стратегии управления компании;
- изучение подходов к формированию стратегии, типов стратегии и инструментов ее построения и реализации;
- ознакомление с понятием конкурентно способности компании в системе рыночных отношений и изучение факторов, влияющих на силу конкурентной борьбы;
- изучение принципов формирования стратегии компании и составляющих её корпоративную, бизнеса и функциональную стратегии;
- привитие навыков количественного обеспечения принимаемых решений по организации стратегического управления как на микро-, так и на макро-

уровнях, с выявлением краткосрочных и долгосрочных последствий этих решений в условиях цифровой экономики и Big Data.

Для успешного изучения дисциплины 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 творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные и цифровые) в профессиональной деятельности;
- способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях;
- способность использовать основы управленческих и экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность использовать основы знаний в различных сферах деятельности, полученные в результате изучения дисциплин, обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Предпринимательство», «Методы принятия управленческих решений», «Операционный менеджмент», «Управление изменениями».

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Стратегический менеджмент», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-2. Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.1. Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды	Знает основные понятия и термины теории стратегического менеджмента
		Умеет обрабатывать и анализировать данные о деятельности компании, включая современные цифровые системы и методы и, на её основе, использовать инструменты анализа внешней и внутренней среды
		Владеет навыками разработки стратегии развития компании для достижения поставленных целей
	ПК-2.2. Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды	Знает современные стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях
		Умеет использовать современные практики формирования стратегии маркетинга и оценивать результаты реализации стратегии маркетинга её корпоративную и функциональную эффективность
		Владеет навыками формирования стратегии маркетинга компании, исходя из целей её деятельности и требований внешней среды
	ПК-2.4. Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с её стратегией	Знает современные техники и методики разработки и реализации стратегии развития компании
		Умеет разрабатывать проекты, планы, программы и стратегические мероприятия изменения процессов деятельности компании включая современные цифровые системы и методы
		Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых изменения процессов деятельности компании в соответствии с её стратегией для максимального удовлетворения потребностей клиентов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Стратегический менеджмент» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, «круглый стол», «разбор конкретных ситуаций», инструменты командной работы в Microsoft Teams.

Аннотация дисциплины

Операционный менеджмент

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 0 часов, практических занятий в объеме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 81 час.

Язык реализации: русский.

Цель:

Сформировать у студентов теоретические знания, практические умения и навыки в области эффективного управления операционной (производственной) деятельностью организации (бизнеса).

Задачи:

- изучить основы операционного менеджмента, дать представление о концепциях операционного менеджмента;
- изучить основы построения оперирующей (производственной) подсистемы организации и её основных элементов;
- изучить планирование производственной программы, производственной мощности, производственных ресурсов организации.
- изучить вопросы планирования и организации производственных процессов во времени и пространстве;
- изучить вопросы разработки и запуска в производство новых продуктов, услуг, сервисов, также вопросы управления их качеством;
- изучить вопросы экономической оценки функционирования оперирующей подсистемы организации, ее влияния на эффективность бизнеса организации.

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

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

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Профессиональные компетенции	ПК-2. Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес-функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.5 Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	Знает современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов
			Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов
			Владеет навыками использования современных инструментов при реализации бизнес и организационных проектов
	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования	ПК-3.1. Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований,	Знает теоретические основы техник организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов
			Умеет определять факторы, влияющие на процесс организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов
			Владеет навыками анализа и оценки результатов организационного

	ания управления компанией	и ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов	
			ПК-3.2. Организовывает операционное управление деятельности компания, исходя из конкретных условий и потребностей рынка	Знает теорию организации операционного управления деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка
				Умеет организовывать операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка
		ПК-3.4. Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей	Владеет практическими навыками операционного управления деятельности компания, исходя из конкретных условий и потребностей рынка	
			Знает современные методов и модели для разработки управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления	
			Умеет анализировать разнообразные данных с использованием современных методов и моделей для решения задач планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления	
Владеет навыком разработки альтернатив управленческих решений в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей				

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Операционный менеджмент» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: решение кейсов, работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Корпоративные финансы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной вариативной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 час.

Язык реализации: русский.

Цель: развитие практических навыков в области принятия финансовых решений, направленных на достижение тактических и стратегических целей деятельности.

Задачи:

- уметь формировать целостное восприятие ключевых аспектов финансовой деятельности;
- уметь применять методы определения потенциальных результатов и перспектив финансового развития;
- владеть механизмом реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, организацией оборота денежных средств;
- владеть инструментальным аппаратом выявления имеющихся резервов функционирования финансов и обоснования оптимальных управленческих решений, как способов их реализации;
- владеть методами оценки эффективности инвестиционной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-2.3, полученные в результате изучения дисциплин «Теория менеджмента», «Управление организацией», обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Операционный менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Принятие решений».

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Корпоративные финансы», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование проф. компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)	Знает источники финансового обеспечения деятельности основных и обеспечивающих бизнес-процессов. Умеет формировать и привлекать источники финансирования; оценивать эффективность использования средств и ресурсов. Владеет методами привлечения финансовых источников и инструментами оценки эффективности использования средств и ресурсов.
Организационно-управленческий	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-3.4 Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей	Знает основные модели финансового планирования, как классических форм, так и современные тренды; практики учета и контроля; классификацию и содержание оперативных бюджетов; основные модели управления оборотным капиталом и оптимизации денежных средств, дебиторской задолженности, запасов. Умеет строить и оценивать финансовые планы; оценивать эффективность исполнения

Тип задач	Код и наименование проф. компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			процессов и использования средств и ресурсов; оценивать финансовые последствия принимаемых решений; управлять оборачиваемостью средств, денежными средствами и финансовым циклом. Владеет навыками анализа и оценки финансовых результатов и эффективности инвестиционной деятельности.
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний	Умеет разрабатывать и оценивать различные формы финансовых моделей; оценивать эффективность инвестиционных проектов; грамотно с помощью современных средств визуализации представлять модели и проекты стейкхолдерам. Владеет навыками финансового моделирования.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Корпоративные финансы» применяются следующие дистанционные образовательные технологии (видеоконсультация и обратная связь онлайн с помощью MS Teams) и методы / активного / интерактивного обучения: дискуссия, кейс-задача, семинар.

Аннотация дисциплины

Управление изменениями

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной по выбору 1 (ДВ.1), модуль 1 Менеджмент и предпринимательств, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов (в том числе на подготовку экзамена 27 часов).

Язык реализации: русский

Цель: формирование навыков применения моделей организационных изменений для решения практических задач в компаниях.

Задачи:

- понимание необходимости и смысла использования моделей организационных изменений;
- знание основных вопросов, возникающих по подготовке и проведении проектов организационных изменений;
- умение применять модель организационных изменений для повышения эффективности компании и ее конкурентоспособности.

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

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- ориентироваться в основных тенденциях современного научно-технологического развития.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.4 разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией	Способность к выбору оптимальной стратегии инновационного развития компании с учетом имеющихся экономических ресурсов
			Умение внедрения изменений в бизнес-процессы компании
			Способность преодоления сопротивления к инновационным изменениям со стороны персонала компании

Аннотация дисциплины
Поведение потребителей и нейромаркетинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель дисциплины – сформировать у магистрантов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей поведения потребителей.

Задачи дисциплины: а) изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей; б) изучение и анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей; в) изучение методологии исследования поведения потребителей для решения конкретных маркетинговых задач.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг», «Маркетинговое управление», «Выведение товаров на азиатские рынки» и «Бренд-менеджмент», формирующих компетенции: способность выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности; способность разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации; способность к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией; способность создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.).

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках
			умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	знает особенности проведения нейромаркетингового исследования
			умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Поведение потребителей и нейромаркетинг» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: обратная связь онлайн посредством MS Teams, деловая игра, работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций и проч.

Аннотация дисциплины

«Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе (в 3 семестре) и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объеме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 часов (в том числе на подготовку к экзамену 27 часов).

Язык реализации: русский

Цель: Формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений и навыков в области управления маркетинговыми коммуникациями и цифровым маркетингом компании.

Задачи:

- рассмотреть сущность маркетинговых коммуникаций и структуру системы маркетинговых коммуникаций;
- уточнить процесс управления маркетинговыми коммуникациями;
- проанализировать основные направления исследований в области продвижения;
- овладеть понятийным аппаратом и современной терминологией в области цифрового маркетинга;
- рассмотреть направления, виды и каналы цифрового маркетинга;
- уточнить особенности комплексного продвижения с помощью цифрового маркетинга и веб-аналитики.

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

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

– способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

– способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

Предварительные компетенции получены в результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Бизнес исследования» и «Поведение потребителей и нейромаркетинг», обучающийся должен быть готов к прохождению практики «Производственная практика. Практика в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности» и подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.4 Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией	<i>знает</i> направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы <i>умеет</i> описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта <i>владеет</i> навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории; навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики

		ПК-1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов	<i>знает</i> содержание деятельности по управлению репутацией в цифровом пространстве (SERM - Search Engine Reputation Management) <i>умеет</i> анализировать цифровые следы; <i>владеет</i> навыками формирования репутации компании в digital пространстве
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	<i>знает</i> процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет <i>умеет</i> разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации; моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации; разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам <i>владеет</i> методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга
Организационно-управленческий	ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании	<i>знает</i> базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения <i>умеет</i> осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия; <i>владеет</i> навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: дискуссии, кейс-задачи и многоуровневые задания и задачи.

Аннотация дисциплины

Маркетинговое управление

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов.

Язык реализации: русский.

Цель – формирование у магистрантов практических навыков, необходимых для управления маркетинговой деятельностью на предприятии с учетом динамичной внешней среды.

Задачи:

– научить студентов формировать систему стратегий маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом изменения маркетинговой среды компании;

– научить студентов оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия с целью принятия решений в области маркетинга.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность применять лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления; способность анализировать бенчмарки отраслевых лидеров при решении профессиональных задач; способность применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

Указанные компетенции должны быть сформированы в результате изучения дисциплин «Практический маркетинг».

По результатам изучения дисциплины обучающийся должен подготовить студентов к прохождению преддипломной практики.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании	Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды
			Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией	ПК-2.1 Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды	Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании
			Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне
		ПК-2.2 Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды	Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях)
			Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды
	Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия		

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговое управление» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: работа в малых группах, «круглый стол», метод кейсов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бренд-менеджмент»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Является дисциплиной части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 0 часов, практических занятий в объеме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 час., в том числе на подготовку к экзамену – 27 час.

Язык реализации: русский.

Цель – формирование у магистрантов практических навыков, необходимых для формирования и управления брендом с учетом динамичной внешней среды.

Задачи:

- научить студентов формировать систему управления брендом на стратегическом корпоративном и функциональных уровнях с учетом изменения маркетинговой среды компании;
- научить студентов оценивать результативность управления брендом с целью принятия решений в области маркетинга.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность применять лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления; способность анализировать бенчмарки отраслевых лидеров при решении профессиональных задач; способность применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

Указанные компетенции должны быть сформированы в результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Поведение потребителей и нейромаркетинг».

По результатам изучения дисциплины обучающийся должен подготовиться к прохождению практики «Производственная практика. Практика в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности».

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческие	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации	ПК-2.3 Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»	Умеет формировать и реализовывать стратегии брендинга (на функциональном и инструментальном уровнях)
			Умеет разрабатывать маркетинговые программы для бренда с учетом факторов маркетинговой среды
			Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия по управлению брендом
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиенто-ориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей	ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими	Умеет формировать аватары/портреты потребителя, анализировать рекламную активность конкурентов,
			Умеет разрабатывать программу продвижения бизнеса и продуктов компании с использованием бренд-менеджмента

	(Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)		Умеет оценивать результативность и эффективность программ продвижения бизнеса и продуктов компании с использованием бренд-менеджмента
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бренд-менеджмент» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, «круглый стол», метод кейсов.

Аннотация дисциплины

Выведение товаров на азиатские рынки

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётную единицу /36 академических часов. Является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений (факультативные дисциплины), изучается на 2 курсе и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 18 часов.

Язык реализации: русский.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы подготовить студентов к выработке и внедрению результативных решений в области выведения и продвижения российских товаров на азиатские рынки на основе принципов кросс-культурного маркетинга.

Задачи дисциплины: а) сформировать навыки организации и проведения кросс-культурных исследований азиатских рынков / поведения азиатских потребителей; б) научить студентов адаптировать комплекс маркетинга под требования культурной среды потребителей азиатских стран (язык; ценности и установки; обычаи и нравы; привычки и традиции; и проч.).

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности; способность разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации; способность к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией; способность создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.) полученные в

результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Поведение потребителей и нейромаркетинг».

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий	– умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; – умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; – умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: обратная связь онлайн посредством MS Teams, работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций и проч.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Финансовое моделирование»

Учебный курс «Финансовое моделирование» предназначен для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, по программе магистратуры «Управление бизнесом».

Дисциплина «Финансовое моделирование» включена в блок ФТД.02 Дисциплин (модулей) части, формируемой участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов, в том числе МАО 9 часов), самостоятельная работа студентов (18 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Финансовое моделирование» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Финансы», «Финансовый менеджмент», «Бизнес-планирование» и является базой для изучения магистерских дисциплин финансового профиля, а также для научно-исследовательской работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: стандарты финансового учета и отчетности, бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, правила оценки проектов и необходимые инструменты Excel, актуальные стандарты финансового моделирования, пошаговые примеры построения универсальных финансовых моделей, архитектура которых подходит к большинству реальных бизнес-проектов.

Цель – формирование у студентов компетенций в области изучения процессов финансового моделирования на основе познания конкретных методов финансового моделирования и методик расчета экономических показателей.

Задачи:

- сформировать понятийный аппарат финансового моделирования как инструмента планирования, бюджетирования и анализа бизнеса;
- изучить стандарты финансового моделирования;
- знать практические аспекты финансового моделирования;
- уметь осуществлять финансовый анализ компании;
- осуществлять планирование и бюджетирование;
- уметь прогнозировать возникновение рисков и осуществлять их анализ;
- создавать финансовые модели.

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

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности.

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

Код и формулировка компетенции	Индикаторы формирования компетенции
ПК-1 – Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

Код и формулировка компетенции	Индикаторы формирования компетенции
ПК-4 – Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Финансовое моделирование» применяются следующие методы активного обучения: решение задач по финансовому моделированию на базе актуальных данных.

Аннотация программы практики
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Управление бизнесом»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *учебная практика*

Способ проведения практики: *стационарная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *научно-исследовательская работа*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 недели, 3 зачетных единицы, 108 акад. часов.

База проведения практики: Департамент социально-экономических исследований и регионального развития Школы экономики и менеджмента.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты освоения
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, в том числе, с использованием информационно-коммуникационных технологий
		Умеет лексически и грамматически правильно, логично и последовательно порождать устные высказывания в ситуациях межкультурного профессионального общения
		Умеет составлять текст публичного выступления по результатам академической и профессиональной деятельности и воспроизводить его, в том числе, используя информационно-коммуникационные технологии
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования менеджменте	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, выполнять	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений

смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	научно-исследовательские проекты маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Умеет обобщать результаты экономических исследований, полученные российскими и зарубежными исследователями
		Умеет использовать электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и социально-экономической статистики
	ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	Знает суть понятий «жанр письменной академической коммуникации» и об академических жанрах письменной коммуникации (включая электронный формат) в российских и зарубежных университетах
		Умеет реферировать академический текст, а также аннотировать различные академические тексты с учетом языковой сферы их функционирования
		Умеет вести академическую переписку (включая электронную), следуя социокультурным нормам и формату официальной и неофициальной корреспонденции на русском и на иностранных языках

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Учебная (Учебная практика. Научно-исследовательская работа) практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.О.01(У)) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики (научно-исследовательской работы) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Учебная (Учебная практика. Научно-исследовательская работа) практика проходит во 2-м семестре 1-го курса, является второй из 2-х практик учебных практик,

предусмотренных учебным планом по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Управление бизнесом». Содержание учебной (Учебная практика. Научно-исследовательская работа) практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения учебной (Учебная практика. Научно-исследовательская работа) практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Глобальная научная коммуникация», «Теория менеджмента», а также знания и навыки, полученные в ходе прохождения учебной практики по получению первичных навыков научно-исследовательской работы (Дизайн исследовательского проекта).

В результате прохождения учебной практики (научно-исследовательской работы) у обучающихся будут сформированы знания и умения, необходимые для последующего освоения дисциплин:

«Методы принятия управленческих решений», «Бизнес-исследования», «Профессиональные навыки менеджера», дисциплин модулей «Менеджмент и предпринимательство» и «Стратегический маркетинг»

5. Форма отчетности по практике: отчёт по практике

6. Форма промежуточной аттестации по практике: зачет с оценкой

Аннотация программы практики
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Управление бизнесом»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: учебная практика

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: рассредоточенная

Тип практики: научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 недели, 4 зачетных единиц, 144 акад. часов.

База проведения практики: Департамент социально-экономических исследований и регионального развития Школы экономики и менеджмента ДВФУ

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (результата освоения)
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает как использовать современный теоретический и эконометрический инструментарий для выбора и обоснования адекватного метода исследования
		Знает как осуществить исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи
		Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования);
		Умеет позиционировать собственное исследование в соответствующей научной литературе
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при	ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает источники вторичной информации и методы организации сбора первичной информации
		Умеет сформировать и представить в письменной и/или устной форме отчет о своей и и/или командной работе
		Умеет проводить сбор анализ, синтез и интерпретацию информации в зависимости от ее типа и содержания;

решении управленческих и исследовательских задач;		Умеет расставить приоритеты задач и этапов своей и/или командной деятельности, исходя из имеющихся ресурсных возможностей и ограничений
ОПК-5 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте, полученные российскими и зарубежными исследователями

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в обязательную часть «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.О.02(У)).

Для успешного прохождения учебной практики (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
 - способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели;
- способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;
- способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Учебная практика (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) проходит во 2-м семестре 1-го курса, является первой из 2-х учебных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Управление бизнесом».

Основой для успешного прохождения учебной практики (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Глобальная научная коммуникация», «Теория

менеджмента».

В результате прохождения учебной практики (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) у обучающихся будут сформированы знания и умения, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Принятие решений», «Бизнес-исследования», «Lean StartUp/Предпринимательство», дисциплин модулей «Менеджмент и предпринимательство» и «Стратегический маркетинг».

5. Форма отчетности по практике: отчёт по практике

6. Форма промежуточной аттестации по практике: *зачет с оценкой*

Аннотация программы практики
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Управление бизнесом»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: производственная практика

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: рассредоточенная

Тип практики: научно-исследовательская работа

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 11 зачетных единиц, 396 часов. акад.

База проведения практики: Департамент менеджмента и предпринимательства Школы экономики и менеджмента ДВФУ

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Знает техники и методы анализа проблемной ситуации Умеет делать структурную декомпозицию работ (СДР) Владеет навыками критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	Знает принципы организации командной работы Знает методики мотивации членов команды Умеет организовать работу команды, провести отбор членов команды в соответствии с контентом проекта Умеет мотивировать членов команды на достижение поставленных целей Владеет навыками разработки стратегии командной работы Владеет навыками разработки проектного инструментария для удержания рамки проекта

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях	Знает принципы разработки презентации проекта Умеет презентовать результаты проектной работы Владеет навыками защиты проектных результатов

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная практика. Научно-исследовательская работа является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.В.01(П)).

Для успешного прохождения производственной практики (Производственная практика. Научно-исследовательская работа) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;
- способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Производственная практика. Научно-исследовательская работа проходит в 1-м и 2-м семестре 1-го курса. Основой для успешного прохождения учебной практики Производственная практика. Научно-исследовательская работа являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Глобальная научная коммуникация», «Теория менеджмента».

В результате прохождения учебной практики Производственная практика. Научно-исследовательская работа у обучающихся будут сформированы знания и умения, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Принятие решений», «Бизнес-исследования», «Lean StartUp/Предпринимательство», дисциплин модулей «Менеджмент и предпринимательство» и «Стратегический маркетинг».

5. Форма отчетности по практике: отчёт по практике

6. Форма промежуточной аттестации по практике: зачет с оценкой

Аннотация программы практики
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Управление бизнесом»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная*

Форма проведения практики: *рассредоточенная*

Тип практики: *технологическая (проектно-технологическая) практика*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 акад. часов.

База проведения практики: Практика проводится в организациях/лабораториях/центрах и т.д. университета и партнеров. Производственная практика может проводиться также и в других государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях и учреждениях, осуществляющих научно-исследовательскую и/или иную деятельность в области управления. Среди партнеров СЦ «Феско», «DAP 86», «Сбер», «Супра» и другие.

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-1.2 Применяет методы анализа	Знает методы количественных и качественных исследований; Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований; Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики; Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды; Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке; Знает методы исследования факторов внешней среды организации; Знает факторы, влияющие на поведение

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>трендов и определяет на их основе направления развития компании</p> <p>ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций</p> <p>ПК 1.4 Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках;</p> <p>Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке;</p> <p>Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>Умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации	ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет» ПК 2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p> <p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации; моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации; разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов изменения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией;</p> <p>Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов;</p> <p>Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Владеет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>
	<p>ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p>	<p>ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)</p> <p>ПК-3.2 Организовывает операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и</p>	<p>Знает и понимает бизнес-процессы организации;</p> <p>Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи</p> <p>Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов;</p> <p>Знает методы определения потребностей рынка;</p> <p>Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды;</p> <p>Владеет навыками определения потребностей рынка</p> <p>Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;</p> <p>Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>потребностей рынка ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды ПК-3.4 Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления; Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных Умеет корректировать все элементы системы управления Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения; Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний; Умеет формировать комплекс продвижения компании; Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия; Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации</p>
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиенториентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов, процессов, бизнеса) ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства; Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей; Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей; Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний; Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей; Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	деятельности и мероприятий; Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности; Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий; Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки; Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления; Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими; Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве; Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования; Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов; Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация) Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории

- 4. Место практики в структуре образовательной программы:** Производственная практика (*технологическая (проектно-технологическая) практика*) является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров и направлена на формирование профессиональных компетенций, а также на приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области менеджмента, предусмотрена учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Управление бизнесом», входит в блок 2 «Практики», часть, формируемую участниками образовательных отношений, является обязательным этапом обучения магистра, специализирующегося в области управления бизнесом.
- 5. Форма отчетности по практике:** отчет
- 6. Форма промежуточной аттестации по практике:** зачет с оценкой

Аннотация программы практики
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Управление бизнесом»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 14 недель, 23 зачетные единицы, 828 акад. часов.

База проведения практики: Практика проводится в организациях/лабораториях/центрах и т.д. университета и партнеров. Производственная практика может проводиться также и в других государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях и учреждениях, осуществляющих научно-исследовательскую и/или иную деятельность в области управления. Среди партнеров СЦ «Феско», «DAP 86», «Сбер», «Супра» и другие

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитических	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-1.2 Применяет	Знает методы количественных и качественных исследований; Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований; Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики; Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды; Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке; Знает методы исследования факторов внешней среды организации;

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании</p> <p>ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций</p> <p>ПК 1.4 Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>Знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках;</p> <p>Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке;</p> <p>Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>Умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации	ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет» ПК 2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p> <p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации; моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации; разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов изменения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией;</p> <p>Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов;</p> <p>Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Владеет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>
	<p>ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p>	<p>ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)</p> <p>ПК-3.2 Организовывает операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и</p>	<p>Знает и понимает бизнес-процессы организации;</p> <p>Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи</p> <p>Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов;</p> <p>Знает методы определения потребностей рынка;</p> <p>Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды;</p> <p>Владеет навыками определения потребностей рынка</p> <p>Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;</p> <p>Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>потребностей рынка ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды ПК-3.4 Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления; Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных Умеет корректировать все элементы системы управления Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения; Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний; Умеет формировать комплекс продвижения компании; Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия; Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации</p>
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиенториентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов, процессов, бизнеса) ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства; Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей; Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей; Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний; Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей; Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий</p> <p>ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими</p> <p>ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга</p>	<p>деятельности и мероприятий; Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности; Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий; Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки; Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления; Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими; Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве; Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования; Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов; Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация) Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории</p>

- 4. Место практики в структуре образовательной программы:** Производственная практика (в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности) является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров и направлена на формирование профессиональных компетенций, а также на приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области менеджмента, предусмотрена учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Управление бизнесом», входит в блок 2 «Практики», часть, формируемую участниками образовательных отношений, является обязательным этапом обучения магистра, специализирующегося в области управления бизнесом.
- 5. Форма отчетности по практике:** отчет
- 6. Форма промежуточной аттестации по практике:** *зачет с оценкой*