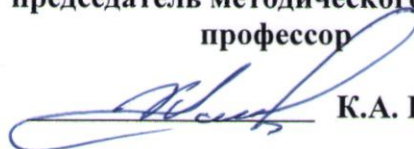


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВПО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ


Проректор по учебной работе,
председатель методического совета,
профессор


К.А. Гасанов

05.04 2015

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВПО «ДГТУ»,
председатель Ученого совета,
д.т.н., профессор


Т.А. Исмаилов

15.04. 2015

Номер внутривузовской регистрации

ФБ 080200-04

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

080200.62 – Менеджмент

Профиль подготовки

МАРКЕТИНГ

Квалификация (степень)

Бакалавр

Нормативный срок освоения программы

4 года

Форма обучения

очная

Декан факультета ИЭФ,

к.э.н., доцент



Н.М. Гасанова

Зав. кафедрой МиБ,

к.э.н.



Р.А. Юсуфов


Махачкала-2015

СОГЛАСОВАНО


Проректор по НИИД,
д.э.н., профессор


_____ Е.И. Павлюченко


Проректор по ВиСР,
к.б.н., доцент


_____ М.Е. Котенко

Начальник УО


_____ Э.В. Магомаева

и.о. Начальник ОМОиА,
к.э.н.


_____ Э.А. Мамедова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг»	5
1.1. Определение ООП	5
1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров	5
1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 - «Менеджмент»	6
1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата	7
1.5. Требования к абитуриенту	7
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент.....	8
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника	8
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника	8
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника	8
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника	8
3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения ООП ВПО	10
3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками	10
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг».....	16
4.1. График учебного процесса и учебный план (Приложение 3)	16
4.2. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки бакалавров 080200.62 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (Приложение 4)	17
4.3. Программы учебной и производственной практик	17
4.3.1. Программа учебной практики (Приложение 5)	18
4.3.2. Программы производственной практики (Приложения 6,7)	18
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62- «Менеджмент», профиль «Маркетинг»	20
5.1. Кадровое обеспечение.....	20
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение	20
5.3. Материально-техническое обеспечение	21
6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников	23
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент.....	25
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	25
7.2. Фонд контрольных заданий (тестовых заданий, вопросов) для проверки остаточных знаний.....	25
7.3. Требования к содержанию, организации и приобретаемым умениям и навыкам при практической подготовке.....	25
8. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата	26
8.1. Программа и процедура итогового государственного экзамена по отдельной дисциплине (Приложение 9)	27
8.2. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена (Приложение 10).....	27
8.3. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ (Приложение 11)	27
Приложение 1	29
Приложение 2	48

Приложение 3	70
Приложение 4	75
Приложение 5	108
Приложение 6	120
Приложение 7	139
Приложение 8	166
Приложение 9	183
Приложение 10	191
Приложение 11	215

1. Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг»

Общие положения

1.1. Определение ООП

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая в ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет» по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг», представляет собой систему документов, разработанную выпускающей кафедрой маркетинга и бизнеса, согласованную в установленном порядке и утвержденную ректором университета с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 мая 2010 г. № 544 а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы (ПрООП).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров

В современных условиях особо возрастает интерес к маркетингу, так как руководство любого предприятия и организации, которыми необходимо эффективно управлять, должно принимать решения об их размещении, управлении производственной, ценовой, сбытовой, распределительной, ценовой политикой, планировании бюджета маркетинговых мероприятий и др.

Специальная подготовка бакалавров по профилю «Маркетинг» дает комплекс знаний в области маркетинга, а также навыков их практического применения для решения прикладных задач по обеспечению конкурентоспособности предприятия на рынке с учетом интересов общества в целом.

Основными задачами менеджера по маркетингу являются:

- умение организовывать оперативную маркетинговую работу;
- осуществлять стратегическое планирование маркетинговой деятельности компании;
- уметь составлять и анализировать финансовую, управленческую и налоговую отчетность,
- владеть методикой оценки рисков,
- решать задачи, связанные с планированием и эффективным использованием маркетинговых элементов.

Лица, прошедшие подготовку по данному профилю, могут работать руководителями и специалистами маркетинговых служб, отделах логистики компаний, аналитических подразделений банков, страховых организаций, рекламных и консалтинговых фирм.

Выпускник этого профиля будет знать маркетинг, законодательство, экономику, экономический анализ рынка и т.д.

Специалисты данного профиля востребованы для предприятий всех форм собственности и сфер деятельности, в частности, на производственных и торговых предприятиях, в банковской сфере, страховых, трастовых, консалтинговых компаниях, брокерских фирмах, биржах, рекламных агентствах и т.д., поэтому подготовка высококвалифицированных маркетологов, способных осуществлять управление конкурентоспособностью компа-

нии на основе использования современных методов управления, обеспечит эффективное развитие любой организации и бизнес-структуры. В связи с очевидной потребностью в данных специалистах является необходимым подготовка специалистов в данной сфере.

1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 - «Менеджмент»

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 - «Менеджмент» составляют:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации»".
2. Федеральный закон от 22.08.1996 N 125-ФЗ (ред. от 03.12.2011) "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" (принят ГД ФС РФ 19.07.1996).
3. Федеральный закон от 24.10.2007 N 232-ФЗ (ред. от 10.11.2009) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)" (принят ГД ФС РФ 11.10.2007).
4. Федеральный закон от 01.12.2007 N 309-ФЗ (ред. от 23.07.2013) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта" (принят ГД ФС РФ 14.11.2007).
5. Федеральный закон от 10.11.2009 N 260-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона "О Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова и Санкт-Петербургском государственном университете" (принят ГД ФС РФ 21.10.2009).
6. Постановление Правительства РФ от 24.02.2009 N 142 "Об утверждении Правил разработки и утверждения федеральных государственных образовательных стандартов".
7. Постановление Правительства РФ от 14.02.2008 N 71 "Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении)".
8. Постановление Правительства РФ от 31.03.2009 N 277 (ред. от 24.09.2010) "Об утверждении Положения о лицензировании образовательной деятельности".
9. Постановление Правительства РФ от 14.07.2008 N 522 (ред. от 19.01.2010) "Об утверждении Положения о государственной аккредитации образовательных учреждений и научных организаций".
10. Постановление Правительства РФ от 30.12.2009 N 1136 (ред. от 28.09.2010) «Об утверждении перечня направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, по которым установлены иные нормативные сроки освоения основных образовательных программ высшего профессионального образования (программ бакалавриата, программ подготовки специалиста или программ магистратуры) и перечня направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицу квалификации (степени) "специалист".
11. Приказ Министерства образования и науки РФ от 19 декабря 2013 г. № 1367 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры".
12. Приказ Минобрнауки РФ от 25.01.2010 N 63 "Об установлении соответствия направлений подготовки высшего профессионального образования, подтверждаемых присвоением лицам квалификаций (степеней) "бакалавр" и "магистр", перечни которых утверждены Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 сентября 2009 г. N 337, направлениям подготовки (специальностям) высшего профессионального образования, указанным в Общероссийском классификаторе специальностей по образованию ОК 009-2003, принятом и введенном в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 30 сентября 2003 г. N 276-ст".

13. Приказ Минобрнауки РФ от 17.09.2009 N 337 (ред. от 12.08.2010) "Об утверждении перечней направлений подготовки высшего профессионального образования".
14. Приказ Минобрнауки РФ от 23.06.2009 N 218 "Об утверждении Порядка создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования".
15. Приказ Минобрнауки РФ от 21.10.2009 N 442 (ред. от 11.05.2010) "Об утверждении Порядка приема граждан в имеющие государственную аккредитацию образовательные учреждения высшего профессионального образования".
16. Приказ Федерального агентства по образованию от 10 февраля 2010 г. N 109 "О задачах высших учебных заведений по переходу на уровневую систему высшего профессионального образования".
17. Письмо Минобрнауки России от 13.05.2010 г. "О разработке основных образовательных программ".
18. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки «Менеджмент» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «20» мая 2010 г. № 544. *(Приложение 1)*
19. Дополнение к ФГОС ВПО по направлению подготовки «Менеджмент» с дисциплинами вариативной части с учетом профиля подготовки и с представлением учебных циклов, разделов, трудоемкости, в зачетных единицах и в часах, перечня дисциплин для разработки программ. *(Приложение 2)*
20. ПрООП ВПО с примерным учебным планом, рекомендованные учебно-методическим объединением по направлению подготовки «Менеджмент». *(Приложение 3)*
21. Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
22. Устав ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет».
23. Внутривузовская система управления качеством подготовки специалистов.

1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата

1.4.1. Цель ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62- «Менеджмент»

ООП бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент» предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки бакалавров.

1.4.2. Срок освоения ООП бакалавриата

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО по направлению подготовки **080200.62- «Менеджмент»** срок освоения ООП, включая последипломный отпуск, составляет 4 года для очной формы обучения и 5 лет – для заочной формы обучения.

1.4.3. Трудоемкость ООП бакалавриата

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 - Менеджмент трудоемкость освоения студентом ООП составляет 240 зачетных единиц (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам) за весь период обучения и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.5. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, свидетельствующий об освоении содержания образования полной средней школы и наличия сформированных компетенций, включая, в том числе, знание базовых ценностей мировой культуры; владение государственным языком общения, понимание законов развития природы и общества; способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.1 ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент» область профессиональной деятельности бакалавра включает:

- организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления;
- органы государственного и муниципального управления;
- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.2 ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.3 ФГОС ВПО бакалавр по направлению 080200.62- Менеджмент готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.4 ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент бакалавр должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

а) организационно-управленческая деятельность

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии
- организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой и т.д.);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

б) информационно-аналитическая деятельность

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений;

в) предпринимательская деятельность

- разработка бизнес-планов создания нового бизнеса;
- организация предпринимательской деятельности.
- нахождение и оценка новых рыночных возможностей формулировки бизнес-идей;
- оценка экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения ООП ВПО

3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник в соответствии с п. 5.1 ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными компетенциями (ОК) :

- знанием базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-1);
- знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (ОК-2);
- способностью занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- умением анализировать и оценивать исторические события и процессы (ОК-4);
- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеть одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (ОК-14);
- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
- пониманием роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);
- способностью придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22);

б) профессиональными компетенциями (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- знанием основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);
- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способностью использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);
- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- способностью оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- способностью участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владеть современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);
- готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению (ПК-22);
- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способностью решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);
- знакомством с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25);

информационно-аналитическая деятельность:

- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- пониманием основных мотивов и механизмов принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
- способностью выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);
- владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);
- владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);
- умением моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);
- умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);
- умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);
- способностью применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);
- владением навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);
- способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);
- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);
- способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);
- способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);
- способностью обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);
- владеть техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);
- пониманием роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);
- способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

предпринимательская деятельность:

- умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В Приложении 4 приведена матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств.

В результате изучения вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла обучающийся должен:

Знать

- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- представление об экономическом образе мышления;
- этические ценности и здоровый образ жизни.

Уметь

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- разрабатывать процедуры и методы контроля;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; преодолевать локальное сопротивление изменениям;
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

Владеть

- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

В результате изучения вариативной части математического и естественнонаучного цикла обучающийся должен:

Знать

- представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний;
- работу с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах.

Уметь

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-

управленческие модели.

Владеть

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации,
- имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения вариативной части профессионального цикла обучающийся должен:

Знать

- социальную значимость своей будущей профессии;
- основные этапы эволюции управленческой мысли;
- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- современные концепции организации операционной деятельности;
- основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;
- экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- типовую организационную структуру и систему распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования в социальной среде;
- типовые процедуры и методы контроля и порядок их разработки;
- процессы групповой динамики и принципы формирования команды;
- современные технологии управления персоналом;
- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений;
- методы управления проектами;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятия;
- экономические основы поведения организаций;
- методы реинжиниринга бизнес-процессов;
- основные принципы и стандарты финансового учета;
- методы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций.

Уметь

- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- критически оценивать личные достоинства и недостатки;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- планировать операционную (производственную) деятельность организаций;

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- моделировать бизнес-процессы и знаком с методами их реинжиниринга;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркетинга;
- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.);
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- проводить анализ тенденций развития мирового и российского рынка социальных услуг;
- взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;
- реализовывать подходы и развивать индивидуальные и коллективные знания и компетенции;
- провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать их результаты в контексте целей и задач своей организации.

Владеть

- высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- современными технологиями управления персоналом;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения;
- средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;
- методами и программными средствами обработки деловой информации.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

В соответствии с п. 39 Типового положения о вузе, Уставом университета и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 - Менеджмент содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным графиком учебного процесса, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. График учебного процесса и учебный план (Приложение 3)

Календарный учебный график по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг»

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ООП ВПО по профилю «Маркетинг», включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы. Учебный график разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 –Менеджмент, входит в структуру учебного плана и располагается на 1 странице.

Учебный план подготовки бакалавра по профилю подготовки «Маркетинг»

При составлении учебного плана вуз руководствуется общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7 ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 –Менеджмент.

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах и ЗЕТ.

Общая трудоемкость дисциплин (модулей) составляет 8968 часов, 240 ЗЕТ.

Общая трудоемкость практик составляет 324 часа, 9 ЗЕТ.

Аудиторная трудоемкость дисциплин (модулей) составляет 8212 часов, 219 ЗЕТ.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО. В вариативных частях учебных циклов сформированы перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей ООП ВПО.

ООП содержит дисциплины по выбору в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП.

Порядок формирования перечня дисциплин по выбору обучающихся установлен Ученым советом университета.

Доля базовых дисциплин в общем объеме дисциплин по первым трем циклам составляет 47,5%.

Доля дисциплин по выбору студента в общем объеме вариативной части по первым трем циклам составляет 34,2% (в соответствии с п.7.5. не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП).

Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют 48,6% (в соответствии с п. 7.3 ФГОС ВПО не более 50% аудиторных занятий).

Для каждой дисциплины, модуля, практики соответствуют виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития

профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями государственных органов федерального и регионального уровня, органов муниципального управления, общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 080200.62 – Менеджмент максимальный объем учебных занятий обучающихся составляет не более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению ООП. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные занятия по физической культуре.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они составляют 31,4% (не менее 30% аудиторных занятий).

4.2. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки бакалавров 080200.62 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (Приложение 4)

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины.
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.
3. Компетенции, на формирование которых оказывает влияние изучение учебной дисциплины.
4. Структура и содержание дисциплины.
5. Образовательные технологии.
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.
9. Разработанные рабочие программы всех дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору, по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент, находятся на выпускающей кафедре маркетинга и бизнеса.

4.3. Программы учебной и производственной практик

В соответствии с разделом VII, п.7.15. ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ООП предусматриваются следующие виды практик:

- учебная – 2 недели, на 1 курсе, 2 семестр;
- производственная – 2 недели, на 2 курсе, 4 семестр;
- производственная – 2 недели, на 3 курсе, 6 семестр.

В ООП приведены программы всех практик.

Разделом учебной практики является научно-исследовательская работа обучающихся.

4.3.1. Программа учебной практики (Приложение 5)

Учебная практика является составной частью учебной программы подготовки студентов.

Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских, творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по профилю «Маркетинг». Объемы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент.

Организация практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

Практика осуществляется непрерывным циклом при условии обеспечения логической и содержательно-методической взаимосвязи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Приобретение практикантами опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности в условиях высшего учебного заведения способствует развитию следующих компетенций:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность (ОК-8);
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19).

Программа научно-исследовательской работы.

Данный раздел включается в ООП в случае, если решением Совета университета один из видов учебной практики заменяет научно-исследовательской работой.

В программе НИР указываются виды, этапы научно-исследовательской работы, в которых обучающийся должен принимать участие. Например: изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний; участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок; осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию); принимать участие в стендовых и промышленных испытаниях опытных образцов (партий) проектируемых изделий; составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию); выступить с докладом на конференции и т.д.).

При разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить обучающимся:

- осуществлять сбор, обработку и анализ информации по теме (заданию);
- участвовать в проведении научных исследований или в выполнении разработок;
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступить с докладом на конференции.

4.3.2. Программы производственной практики (Приложения 6,7)

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ООП ВПО по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Так, целью производственной практики является приобретение студентами таких профессиональных компетенций как навыков решения организационно-экономических и информационных задач; углубление теоретических знаний и закрепление практических навыков

разработки документов нормативно-методического обеспечения системы информационного управления организацией (ПК-8, ПК-47, ПК-49).

Для достижения поставленных перед производственной практикой целей важное значение отводится месту прохождения студентами практики. В программе практики определено, что базами практики могут являться организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе службы по информационному управлению.

В программе представлено содержание производственной практики, которое включает сбор информации, характеризующей объект производственной практики – организацию и ее краткую характеристику, показатели производственно-хозяйственной, финансовой и коммерческой деятельности и их анализ, информационная обработка.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике.

Содержание программ практик

1. Цели практики.
2. Задачи практики.
3. Место практики в структуре ООП бакалавриата.
4. Формы проведения практики.
5. Место и время проведения практики.
6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики.
7. Структура и содержание практики.
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные
9. технологии, используемые на практике.
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.
11. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики).
12. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.
13. Материально-техническое обеспечение практики. Программа производственной практики.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62- «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Ресурсное обеспечение ООП формируется на основе требований к условиям реализации ООП бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки с учетом рекомендаций примерной ООП (ПрООП), и включает в себя кадровое, учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение.

5.1. Кадровое обеспечение

Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Численность профессорско-преподавательского состава кафедры 8 человек, из них: докторов наук, профессоров – 1 человек (12,5%), кандидатов наук, профессоров - 1 человек (12,5%), кандидатов наук, доцентов – 3 человека (37,5%); кандидатов наук, старших преподавателей – 3 человека (37,5%). Количество штатных преподавателей на кафедре - 3 (37,5%). Все штатные преподаватели остепенены.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Учебно-методическое обеспечение ООП в полном объеме содержится в учебно-методических комплексах дисциплин, практик и итоговой аттестации. Содержание учебно-методических комплексов обеспечивает необходимый уровень и объем образования, включая и самостоятельную работу студентов, а также предусматривает контроль качества освоения студентами ООП в целом и отдельных ее компонентов.

Информационное обеспечение основывается как на традиционных (библиотечных и издательских), так и на новых телекоммуникационных технологиях, что соответствует требованиям государственных образовательных стандартов.

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется библиотекой ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет», которая удовлетворяет требованиям «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения», утвержденного приказом Минобрнауки России от 27.04.2000 г. № 1246.

Обеспеченность обучающихся литературой составляет 5982 экземпляров (708 названия), в том числе фонд учебной и учебно-методической литературы – 5775 экземпляров (682 названий), фонд научных изданий – 207 экземпляра.

С учетом степени устареваемости литературы фонд библиотеки укомплектован изданиями основной учебной литературы, вышедшими за последние 5 лет: по циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин – на 64%, по циклу специальных дисциплин - на 95%; вышедшими за последние 10 лет: по циклу общих математических и естественнонаучных дисциплин – на 94%, по циклу общепрофессиональных дисциплин – на 95%.

Объем фонда основной учебной литературы с грифом Минобрнауки России, других федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации, имеющих в ведении высшие учебные заведения, и учебно-методических объединений вузов России от общего количества экземпляров составляет 16%: по циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин – 70%, по циклу общих математических и естественнонаучных дисциплин – 50%, по циклу общепрофессиональных и специальных дисциплин – 74%.

Обеспеченность обучающихся дополнительной литературой составляет 204 названия (938 экземпляров).

В библиотеке университета функционирует читальный зал.

В университете имеется издательство, осуществляющее подготовку и выпуск необходимой учебной и учебно-методической литературы.

В соответствии со стратегическим планом развития университета в настоящее время в библиотеке осуществляется внедрение системы электронной выдачи заказов на основе использования технологии штрихового кодирования, электронного читательского формуляра, электронного заказа документов, а также электронного продления пользования документами фонда библиотеки.

Информационная система университета реализуется в двух направлениях.

Первое направление включает в себя средства, позволяющие обеспечить:

- информационную поддержку абитуриентов и приемной кампании;
- управление контингентом студентов, ведение их личных дел;
- разработку учебных планов и расчет учебной нагрузки;
- учет договоров и оплаты за обучение;
- информационное обеспечение сессий и учет успеваемости;
- оперативный мониторинг и анализ успеваемости;
- учет кадрового состава преподавателей.

Второе направление решает задачи, связанные с реализацией и обеспечением учебного процесса, в частности:

- накопление, хранение и предоставление студентам электронных ресурсов, входящих в состав учебно-методических комплексов;
- формирование виртуальной сетевой образовательной среды для реализации аудиторных и внеаудиторных видов учебной деятельности студентов и преподавателей;
- обеспечение различных видов контроля освоения студентами учебной программы;
- обработку, хранение и представление информации, сопровождающей персональную учебную деятельность студентов.

5.3. Материально-техническое обеспечение

Университет уделяет значительное внимание расширению и укреплению материальной базы. Он располагает 2-мя учебными и 1-им не сданным в эксплуатацию корпусами, корпусами студенческих общежитий, санаторий профилакторий, 2-х этажным зданием столовой, спортивными площадками, мини-стадионами, издательско-полиграфическим центром и другими объектами инфраструктуры. В настоящее время проводится подготовка к сдаче возведенного плавательного бассейна.

Учебные корпуса имеют общую площадь 61 тыс. кв. м, в том числе занятые учебным процессом 48 тыс. кв.м. Кроме того университет имеет договора на безвозмездное использование учебно-производственных площадей базовых предприятий и организаций, являющихся профильными для университета, общей площадью 59,9 тыс. кв. м.

Образовательный процесс в основных учебных корпусах университета организован в одну смену. Поточные лекционные занятия проводятся в специально оборудованных лекционных залах. Лабораторные занятия проводятся в специализированных лабораториях, оснащенных соответствующим учебно-лабораторным оборудованием.

В составе используемых помещений имеются 62 поточные лекционные аудитории, 66 аудиторий для практических и семинарских занятий, 144 специализированных кабинетов и лабораторий, 65 компьютерных классов, в учебном процессе используются 1288 персональных компьютеров.

К общеуниверситетской сети, имеющей выход в Интернет, подключены 950 персональных компьютеров.

Имеется научно-техническая библиотека с читальными залами на 450 посадочных мест.

Университет располагает учебно-научными центрами и производственными базами, которые используются для проведения научных исследований, лабораторных, практических занятий и проведения практик.

Университет располагает 3-мя актовыми залами на 650, 350 и 280 мест, спортивными залами и площадками общей площадью 1,7 тыс. кв.м, а также мини стадионом площадью 4.6 тыс. кв.м. Имеется летний спортивно-оздоровительный лагерь в 30 км от Махачкалы на берегу Каспийского моря на 160 мест с отдельным корпусом для столовой, спортивными площадями в т.ч. с теннисным кортом. Общая площадь оздоровительных комплексов университета составляет 1,69 тыс. кв. м.

Университет располагает необходимой для обеспечения высокого качества учебного процесса студентов учебной и социальной инфраструктурой. Иногородние студенты обеспечены общежитием на 100%. В университетском городке 4 корпуса общежития, общей площадью 15464 кв.м. и 2 корпуса в филиале ДГТУ в г. Дербенте с общей площадью 4203 кв.м.

Материально-техническая база ДГТУ достаточна для реализации образовательной деятельности, соответствует требованиям государственных образовательных стандартов, требованиям безопасности, санитарно-эпидемиологическим и противопожарным требованиям.

6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

В университете воспитательная деятельность рассматривается как важная и неотъемлемая часть непрерывного многоуровневого образовательного процесса.

Ключевыми идеями современного образования являются идеи демократии, развития и гуманизма. В качестве базовых принципов, на основе которых строится современная система обучения и воспитания выступают: принцип демократизации, принцип плюрализма, многоукладности и вариантности, принципы гуманизации и гуманитаризации, принципы непрерывности и развития.

Качества специалистов, которые должны сформироваться в результате получения университетского технического образования, основанного на изложенных идеях и принципах должны быть следующие:

а) (профессиональные качества) интегративное мышление и системный анализ, интеллектуальная культура, креативный уровень профессиональной деятельности, способность к принятию конструктивных альтернативных решений, способность прогнозировать ситуацию в профессиональной сфере, ответственность за результаты профессиональной деятельности;

б) (гражданские, личностные качества) гуманистическое мировоззрение, нравственность, духовность, устойчивый уровень эстетических и социокультурных потребностей выработка способа жизнедеятельности на основе личностных ориентаций.

Воспитание, как органическая часть образовательной системы, создает условия для развития личности, ее жизненного становления и самоутверждения. Такой подход приводит к определению воспитания как процесс управления развитием личности через создание благоприятной воспитательной среды, ее наполнение разнообразными формами и методами, позволяющими в полном спектре реализовать весь внутренний потенциал каждой личности.

Воспитание студентов осуществляется на основе органического взаимодействия учебного и воспитательного процессов в ходе реализации образовательных программ и программ целенаправленного воспитания во внеучебное время.

Университет призван стать школой социальной зрелости будущего специалиста, школой закалки его социально-профессионального характера. В этих целях необходимо всемерно развивать систему студенческого самоуправления

Воспитательная деятельность регламентируется нормативными документами, основной целью которых является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота.

Основные направления воспитательной деятельности: духовно-нравственное; гражданско-патриотическое и правовое; профессионально-трудовое; эстетическое; физическое; экологическое.

В ДГТУ разработана Программа развития воспитательной деятельности на 2010-2015 годы. На основании программы воспитательной деятельности в университете разработаны и утверждены планы воспитательной работы структурных подразделений, а также реализуются разнообразные проекты по направлениям воспитательной деятельности.

Университет располагает всеми необходимыми условиями и возможностями обеспечить общекультурные (социально-личностные) компетенции выпускников, что неоднократно подтверждалось при получении лицензии на ведение образовательной деятельности, а также успешными карьерными ростом и достижениями его выпускников.

Основные направления педагогической, воспитательной и научно-исследовательской деятельности университета, определяющие концепцию формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций, закреплены в его Уставе.

В целях решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, бес-

печения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в университете создан Комитет по делам молодежи и Студенческий совет.

На кафедре маркетинга и бизнеса осуществляются следующие направления воспитательной работы среди студентов.

1. Патриотическое воспитание

Данное направление работы нацелено на формирование у студентов патриотизма, гражданского самосознания, ответственности за судьбу Родины, воспитание любви к родному краю. Патриотическое воспитание предусматривает также участие студентов в различных конкурсах, посвященных истории России, таких как конкурс плакатов к дню Победы в Великой Отечественной войне, а также посещение праздничных концертов, проводимых на внутривузовском и городском уровнях.

2. Эстетическое воспитание

Основной задачей эстетического воспитания является формирование высокого уровня эстетической культуры будущего специалиста, способного реализовывать эстетические нормы в своей профессиональной и общественной деятельности, стать активным носителем эстетических знаний. Результатом эстетического воспитания являются формирование эстетических взглядов и вкусов студентов, углубление их потребности в эстетическом самообразовании.

3. Нравственно-правовое воспитание

В рамках данного направления происходит формирование основ нравственного поведения у студентов (благородства, вежливости, способности к сопереживанию и т.д.). Большое внимание уделяется воспитанию правовой культуры профессиональной деятельности и воспитанию порядочности как базы профессионального поведения.

4. Физическое воспитание

Среди основных задач, решаемых посредством физического воспитания студентов, необходимо отметить формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки к будущей профессиональной деятельности.

5. Экологическое воспитание

Данное направление ориентировано на активизацию деятельности студентов по восстановлению и охране природы, рациональному использованию природных ресурсов. Среди мероприятий экологического характера, в которых студенты принимают наиболее активное участие, можно выделить субботники, проводимые в ДГТУ на регулярной основе (в рамках акции “Чистый двор - Чистая улица - Чистая планета”).

6. Трудовое воспитание

Трудовое воспитание нацелено на получение студентами информации о вакансиях, стажировках и программах набора молодых специалистов, а также на участие студентов в открытых семинарах, тренингах, мастер-классах и деловых играх.

Университет располагает современной социальной инфраструктурой. Питание студентов организовано в учебных корпусах Центрами питания с 2 буфетами, которые обеспечивают одновременное обслуживание 500 посетителей.

Медицинское обслуживание студентов осуществляется Республиканским центром охраны здоровья подростков и студенческой молодежи и студенческим здравпунктом (санаторий-профилакторий) на 50 мест со следующими кабинетами: лечебно-физкультурный; лечебно-массажный; процедурный; физиотерапевтический; косметологический. Санаторий-профилакторий расположен на территории университета.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки 080200.62- Менеджмент

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200.62 -Менеджмент и Типовым положением о вузе, Уставом университета и внутривузовской системой управления качеством подготовки специалистов, оценка качества освоения ООП включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП бакалавриата осуществляется в соответствии с Уставом университета и внутривузовской системой управления качеством подготовки специалистов.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП на кафедре маркетинга и бизнеса созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды по разным дисциплинам включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Текущий контроль знаний студентов имеет многообразные формы:

- устный опрос;
- контрольные работы, в том числе в виде тестов;
- защита лабораторных работ;
- письменные домашние задания;
- доклады по отдельным темам изучаемых дисциплин;
- защита рефератов;
- деловые игры и т.д.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме:

- защиты курсовых работ и проектов;
- зачетов (в том числе в виде тестов);
- экзаменов (в том числе в виде тестов).

В университете также разработано Положение о модульно-рейтинговой системе оценки учебной деятельности студентов;

На основе требований ФГОС ВПО и примерной ПрООП по направлению подготовки 080200.62 –Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» разработана матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств. (*Приложение 8*)

7.2. Фонд контрольных заданий (тестовых заданий, вопросов) для проверки остаточных знаний

Разрабатывается кафедрой и входит в состав рабочей программы дисциплин.

7.3. Требования к содержанию, организации и приобретаемым умениям и навыкам при практической подготовке

Требования к практической подготовке и к ее содержанию с точки зрения приобретения компетенций включены в программы практик.

8. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата

Итоговая государственная аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения ООП в полном объеме.

Целью итоговой государственной аттестации данного профиля является оценка уровня освоенных компетенций выпускника, его готовность к выполнению профессиональных задач в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС по направлению «Менеджмент».

Задачами итоговой государственной аттестации являются:

- оценка уровня теоретических знаний, полученных в результате освоения основной образовательной программы;
- оценка самостоятельности исследования актуальных вопросов профессиональной деятельности;
- формирование систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний по специальным дисциплинам;
- оценка навыков выпускника по самостоятельной исследовательской работе, работе с различной справочной, специальной и периодической литературой, а также с электронными и сетевыми информационными ресурсами;
- формирование методики исследования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем;
- оценка использования современных методов аналитической и проектной работы в области экономико-управленческих систем.

Итоговая государственная аттестация включает в себя Государственные экзамены, которые введены по решению Ученого совета вуза и защиту выпускной квалификационной работы.

Государственные экзамены предусматриваются в виде итогового экзамена по отдельной (фундаментальной) дисциплине и итогового государственного междисциплинарного экзамена.

Выпускающая кафедра маркетинга и бизнеса на основе Положения об итоговой государственной аттестации выпускников вузов Российской Федерации, утвержденного Министерством образования и науки РФ, требований ФГОС ВПО и рекомендаций ПрООП по соответствующему направлению подготовки разрабатывает и утверждает требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, а также программу и процедуру проведения государственных экзаменов.

К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой государственной аттестации, допускается лицо, успешно освоившее в полном объеме ООП по направлению подготовки «Менеджмент» профиля «Маркетинг», разработанную в соответствии с ФГОС ВПО.

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику присваивается квалификация «бакалавр» и выдается диплом государственного образца о высшем профессиональном образовании.

Государственная аттестационная комиссия по направлению подготовки «Менеджмент» состоит из государственных экзаменационных комиссий по видам итоговых аттестационных испытаний:

- итогового государственного экзамена по отдельной фундаментальной дисциплине
- по приему итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки (бакалавр);
- по защите бакалаврской работы.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе сдачи госэкзамена

Процесс сдачи госэкзамена направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных (ОК): ОК-5; ОК-6;

б) профессиональных (ПК): ПК-1-50.

Составы Государственных аттестационных комиссий, государственных экзаменационных комиссий по видам итоговых аттестационных испытаний по предложению зав. выпускающей кафедрой утверждаются приказом ректора не позднее, чем за месяц до начала работы государственной аттестационной комиссии (государственных экзаменационных комиссий).

Составы комиссий утверждаются на один календарный год.

Экзаменационные комиссии формируются из профессорско-преподавательского состава и научных работников университета, а также лиц, приглашаемых из сторонних организаций: специалистов предприятий, учреждений и организаций - потребителей кадров данного профиля, ведущих преподавателей и научных работников других высших учебных заведений.

8.1. Программа и процедура итогового государственного экзамена по отдельной дисциплине (Приложение 9)

Программа итогового государственного экзамена по отдельной фундаментальной дисциплине разработана соответствующей кафедрой, за которой закреплена вынесенная на госэкзамен дисциплина «Институциональная экономика» и включает тестовые задания или вопросы по всему курсу дисциплины.

8.2. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена (Приложение 10)

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент и профилю «Маркетинг» проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к выпускнику, предусмотренные ФГОС ВПО по направлению «Менеджмент». Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки студентов данного направления.

8.3. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ (Приложение 11)

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются выпускающей кафедрой маркетинга и бизнеса на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВПО в части требований к результатам освоения ООП бакалавриата.

Выпускные квалификационные работы выполняются в форме бакалаврской работы, соответствующей определенным ступеням высшего профессионального образования:

Конкретные требования к содержанию, структуре, формам представления и объемам выпускных квалификационных работ устанавливаются методическими указаниями, разрабатываемыми выпускающими кафедрами. Темы выпускных квалификационных работ определяются соответствующей выпускающей кафедрой. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначаются руководитель и, при необходимости, консультанты.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ и руководителей за студентами оформляется приказом ректора.

9. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

Компетентность преподавательского состава обеспечивается повышением квалификации, участием в научно-исследовательской и учебно-методической работе. Используется рейтинговая система оценки ППС. Регулярно проводится самообследование по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) реализации ООП.

Также используются следующие нормативно-методические документы и материалы:

- положение об организации учебного процесса с использованием зачетных единиц;
- квалификационные требования по должностям научно-педагогических работников ДГТУ;

- типовая должностная инструкция работника ДГТУ, относящегося к категории профессорско-преподавательского состава;

- положение о системе мониторинга удовлетворенности потребителей качеством процессов и видов деятельности, входящих в область распространения системы качества ДГТУ;

- методическое руководство «Проведение исследований», направленных на оценку удовлетворенности внутренних потребителей качеством процессов и видов деятельности, осуществляемых в университете;

- Положение о модульно-рейтинговой оценке успеваемости студентов;

- Положение о порядке проведения анкетирования студентов и профессорско-преподавательского состава.

Автор: к.э.н., доцент



Э.Б. Атуева

**Рецензент:
д.э.н., профессор**



С.Г. Абдулманапов

Программа рассмотрена на заседании Ученого Совета университета от «27» марта 2015 г., протокол № 7.

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»

1. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент (квалификация (степень) "бакалавр") (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 20 мая 2010 г. N 544) (с изменениями от 31 мая 2011 г.)

I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент образовательными учреждениями высшего профессионального образования (высшими учебными заведениями, вузами) на территории Российской Федерации, имеющими государственную аккредитацию.

1.2. Право на реализацию основных образовательных программ высшего учебного заведения имеет только при наличии соответствующей лицензии, выданной уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

II. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

В настоящем стандарте используются следующие сокращения:

ВПО - высшее профессиональное образование;

ООП - основная образовательная программа;

ОК - общекультурные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

УЦ ООП - учебный цикл основной образовательной программы;

ФГОС ВПО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования.

III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

Нормативный срок, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах)* и соответствующая квалификация (степень) приведены в таблице 1.

Таблица 1. Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация (степень) выпускников

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	код в соответствии с принятой классификацией ООП	наименование		
ООП бакалавриата	62	бакалавр	4 года	240 <*>

* Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

Сроки освоения основной образовательной программы бакалавриата по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных

форм обучения могут увеличиваться на один год относительно нормативного срока, указанного в таблице 1, на основании решения ученого совета высшего учебного заведения.

IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРОВ

4.1. Область профессиональной деятельности бакалавров включает: организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления; органы государственного и муниципального управления; структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

4.2 Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: процессы управления организациями различных организационно-правовых форм; процессы государственного и муниципального управления.

4.3. Бакалавр по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

4.4. Бакалавр по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

- планирование деятельности организации и подразделений;

- формирование организационной и управленческой структуры организаций;

- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

- информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- оценка эффективности проектов;

- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

оценка эффективности управленческих решений;
 предпринимательская деятельность:
 разработка бизнес-планов создания нового бизнеса;
 организация предпринимательской деятельности.

V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА

5.1. Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):
 знанием базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-1);
 знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (ОК-2);
 способностью занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
 умением анализировать и оценивать исторические события и процессы (ОК-4);
 владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);
 умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
 готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
 способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
 умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
 стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
 умением критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
 осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
 способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-13);
 владеть одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (ОК-14);
 владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
 пониманием роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);
 владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
 способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
 способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);
 способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
 владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);
 способностью придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22).

5.2. Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):
организационно-управленческая деятельность:
 знанием основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);

- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способностью использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);
- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- способностью оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- способностью участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владеть современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);
- готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению (ПК-22);
- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способностью решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);
- знакомством с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25);

информационно-аналитическая деятельность:

- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

пониманием основных мотивов и механизмы принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);

способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);

знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);

умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

способностью выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);

владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);

владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);

умением моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);

умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);

умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

способностью применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);

владением навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);

способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);

способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);

способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);

способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);

способностью обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);

владеть техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);

пониманием роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);

способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

предпринимательская деятельность:

умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);

способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);
способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА

6.1. Основная образовательная программа бакалавриата предусматривает изучение следующих учебных циклов (таблица 2):

гуманитарный, социальный и экономический циклы;
естественнонаучный цикл;
профессиональный цикл;
и разделов:
физическая культура;
учебная и производственная практики и (или) научно-исследовательская работа;
итоговая государственная аттестация.

6.2. Каждый учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую вузом. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет студенту получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения профессионального образования в магистратуре.

6.3. Базовая (обязательная) часть цикла "Гуманитарный, социальный и экономический цикл" должна предусматривать изучение следующих обязательных дисциплин: "История", "Философия", "Иностранный язык".

Базовая (обязательная) часть профессионального цикла должна предусматривать изучение дисциплины "Безопасность жизнедеятельности".

**Таблица 2. Структура ООП бакалавриата по направлению подготовки
080200.62 - «Менеджмент»**

Код УЦ ООП	Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (Зачетные единицы) ¹⁾	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, а так же учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
1	2	3	4	5
Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	38-48		
	Базовая часть	28		
	<p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории; ▪ основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; ▪ основные нормативные правовые документы; ▪ основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики; ▪ основные макроэкономические показатели и принципы их расчета. <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности; ▪ ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; ▪ применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; ▪ использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; 		<p>История, Философия, Иностранный язык, Правоведение, Экономическая теория (микро- и макроэкономика, мировая экономика), Институциональная экономика*, Социология*, Психология*</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-22, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-18, ПК-20, ПК-24, ПК-28, ПК-30, ПК-31, ПК-33, ПК-34, ПК-36, ПК-41, ПК-47, ПК-48, ПК-49, ПК-50.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности; ▪ использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности; ▪ проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; ▪ использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации). <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками целостного подхода к анализу проблем общества; ▪ навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; ▪ навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса; ▪ экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства. 			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	10-20		
Б.2	Математический и естественно-научный цикл	34-44		
	Базовая часть	24		
	<p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. основные понятия и инструменты алгебры и геометрии, математического анализа, теории вероятностей, математической и социально-экономической статистики; 2. основные математические модели принятия решений; 3. основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных 		<p>Математика, Статистика (теория статистики, социально-экономическая статистика), Методы принятия управленческих решений, Информационные технологии в менеджменте</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-12, ОК-13, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18,</p>

	<p>информационных системах и базах данных.</p> <p>Уметь решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений; использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; применять информационные технологии для решения управленческих задач.</p> <p>Владеть 4. математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; 5. программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.</p>			<p>ОК-20, ОК-22, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-18, ПК-20, ПК-24, ПК-28, ПК-30, ПК-31- ПК-33, ПК-34, ПК-36, ПК-41, ПК-47, ПК-48, ПК-49, ПК-50.</p>
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	10-20		
Б.3	Профессиональный цикл	134-138		
	Базовая (общепрофессиональная) часть	52		
	<p>В результате изучения базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать 6. основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; 7. принципы развития и закономерности функционирования организации; 8. роли, функции и задачи менеджера в современной организации; 9. основные бизнес-процессы в организации; 10. принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; 11. типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; 12. основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; 13. виды управленческих решений и методы их принятия; 14. основные теории и концепции</p>		<p>Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение), Маркетинг, Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ), Финансовый менеджмент, Управление человеческими ресурсами, Стратегический менеджмент, Корпоративная социальная ответственность, Безопасность жизнедеятельности, Лидерство**, Деловые коммуникации**, Управление измене-</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ПК-1, ПК-2, ПК-3,</p>

<p>взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;</p> <p>15. типы организационной культуры и методы ее формирования;</p> <p>16. основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;</p> <p>17. содержание маркетинговой концепции управления;</p> <p>18. методы маркетинговых исследований;</p> <p>19. основы маркетинговых коммуникаций;</p> <p>20. назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;</p> <p>21. основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности;</p> <p>22. основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;</p> <p>23. основные системы управленческого учета;</p> <p>24. фундаментальные концепции финансового менеджмента;</p> <p>25. принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;</p> <p>26. роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации;</p> <p>27. причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях;</p> <p>28. бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом;</p> <p>29. основные теории стратегического менеджмента;</p> <p>30. теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения</p>	<p>ниями**, Инвестиционный анализ**, Корпоративные финансы**, Финансовые рынки и институты**, Управление операциями**, Бизнес-планирование**, Управление проектами**.</p>	<p>ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-34, ПК-35, ПК-36, ПК-37, ПК-38, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-42, ПК-43, ПК-44, ПК-45, ПК-46, ПК-47, ПК-48, ПК-49, ПК-50</p>
---	---	---

<p>конкурентного преимущества организации;</p> <p>31. содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;</p> <p>32. основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО;</p> <p>33. основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления;</p> <p>34. основные теории корпоративных финансов;</p> <p>35. модели оценки капитальных (финансовых) активов;</p> <p>36. источники финансирования, институты и инструменты финансового рынка;</p> <p>37. принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации;</p> <p>38. основные концепции и методы организации операционной деятельности (MRP, MRP II, ERP);</p> <p>39. основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций.</p> <p>Уметь</p> <p>ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;</p> <p>анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;</p> <p>анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</p> <p>организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;</p> <p>анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;</p> <p>диагностировать организационную культуру, выявлять ее силь-</p>			
---	--	--	--

<p>ные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</p> <p>разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;</p> <p>использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;</p> <p>ставить и решать задачи операционного маркетинга;</p> <p>использовать техники финансового учета для формирования финансовой отчетности организации;</p> <p>анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;</p> <p>калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;</p> <p>оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;</p> <p>оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;</p> <p>уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;</p> <p>анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах;</p> <p>оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;</p> <p>проводить аудит человеческих ресурсов организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения;</p> <p>разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых со-</p>			
---	--	--	--

<p> трудников и программы их адаптации; разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность; использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации; разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений; разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку; обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования; проводить оценку финансовых инструментов; планировать операционную деятельность организации: применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах; организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации. </p> <p> Владеть методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; методами разработки и реализации маркетинговых программ; методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования; </p>			
---	--	--	--

	современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами формирования и поддержания этичного климата в организации; методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков; методами управления операциями; навыками деловых коммуникаций; методами планирования карьеры.			
	Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза в соответствии с профилями подготовки)	82-86		
Б.4	Физическая культура	2		ОК-22
Б.5	Учебная и производственная практики практические умения и навыки определяются ООП вуза	6-10		ОК-8, ОК-13, ОК-19, ПК-8, ПК-47, ПК-49
Б.6	Итоговая государственная аттестация	12		ОК-5, ОК-6, ПК-1-50 ***
	Общая трудоемкость основной образовательной программы	240		

* Трудоемкость циклов Б.1, Б.2, Б.3 и разделов Б.4, Б.5 включает все виды текущей и промежуточных аттестаций.

** Выбор вузом одной дисциплины из приведенного перечня.

*** Конкретные профессиональные компетенции выбираются вузом в зависимости от формы итоговой государственной аттестации и наличия профиля обучения.

VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА

7.1. Образовательные учреждения самостоятельно разрабатывают и утверждают ООП бакалавриата, которая включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

7.2. При разработке ООП бакалавриата должны быть определены возможности вуза в формировании общекультурных компетенций выпускников (компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера). Вуз обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для всестороннего развития личности.

Вуз обязан способствовать развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

7.3. Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью ООП бакалавриата, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 30 процентов аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50 процентов аудиторных занятий.

7.4. В учебной программе каждой дисциплины (модуля) должны быть четко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП.

Общая трудоемкость дисциплины не может быть менее двух зачетных единиц (за исключением дисциплин по выбору обучающихся). По дисциплинам, трудоемкость которых составляет более трех зачетных единиц, должна выставляться оценка ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно").

7.5. Основная образовательная программа должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по циклам Б.1, Б.2 и Б.3. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет вуза.

7.6. Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и

факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Объем факультативных дисциплин не должен превышать 10 зачетных единиц за весь период обучения.

7.7. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

7.8. В случае реализации ООП бакалавриата в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с Типовым положением об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. N 71 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, N 8, ст. 731).

7.9. Общий объем каникулярного времени в учебном году должен составлять 7-10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

В высших учебных заведениях, в которых предусмотрена военная и (или) правоохранительная служба, продолжительность каникулярного времени обучающихся определяется в соответствии с нормативными правовыми актами, регламентирующими порядок прохождения службы**.

7.10. Раздел "Физическая культура" трудоемкостью две зачетные единицы реализуется: при очной форме обучения, как правило, в объеме 400 часов, при этом объем практической, в том числе игровых видов, подготовки должен составлять не менее 360 часов.

7.11. Вуз обязан обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных программ.

7.12. Вуз обязан ознакомить обучающихся с их правами и обязанностями при формировании ООП, разъяснить, что избранные обучающимися дисциплины становятся для них обязательными.

7.13. ООП бакалавриата вуза должна включать лабораторные практикумы и практические занятия для формирования у обучающихся умений и навыков в области менеджмента, экономики, математики и количественных методов, информационных технологий, маркетинга, учета и анализа финансов.

7.14. Обучающиеся имеют следующие права и обязанности:

обучающиеся имеют право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин по выбору, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины; при формировании своей индивидуальной образовательной программы обучающиеся имеют право получить консультацию в вузе по выбору дисциплин и их влиянию на будущий профиль подготовки;

обучающиеся при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов имеют право на перезачет освоенных ранее дисциплин (модулей) на основании аттестации;

обучающиеся обязаны выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ООП вуза.

7.15. Раздел основной образовательной программы бакалавриата "Учебная и производственная практики" является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Конкретные виды практик определяются ООП вуза. Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются вузом по каждому виду практики.

Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях вуза (учебная практика), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Аттестация по итогам практики производится в виде защиты обучающимся выполненного индивидуального или группового задания и представления отчета, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными вузом.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить обучающимся:

осуществлять сбор, обработку и анализ информации по теме (заданию);
участвовать в проведении научных исследований или выполнении разработок;
составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
выступить с докладом на конференции.

7.16. Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, должна быть не менее 60 процентов, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и (или) ученое звание профессора должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла должны иметь базовое образование и (или) ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, должны иметь ученые степени. К образовательному процессу должно быть привлечено не менее 10 процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

До 10 процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

7.17. Основная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин (модулей) должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети образовательного учреждения.

Внеаудиторная работа обучающихся должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

7.18. Ученый совет высшего учебного заведения при введении ООП бакалавриата утверждает размер средств на реализацию соответствующих основных образовательных программ.

Финансирование реализации основных образовательных программ должно осуществляться в объеме не ниже установленных нормативов финансирования высшего учебного заведения***.

7.19. Высшее учебное заведение, реализующее основные образовательные программы бакалавриата, должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом вуза, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью), кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием), библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет), компьютерные классы.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в сеть Интернет должна быть не менее 200 часов в год на одного студента.

Вуз должен быть обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

VIII. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА

8.1. Высшее учебное заведение обязано обеспечивать гарантию качества подготовки, в том числе путем:

разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;

мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
обеспечения компетентности преподавательского состава;
регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

8.2. Оценка качества освоения основных образовательных программ должна включать текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

8.3. Конкретные формы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний по каждой дисциплине разрабатываются вузом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

8.4. Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и другие методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций с высокой степенью объективности, обоснованности и сопоставимости. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются вузом.

Вуз должны быть созданы условия для максимального приближения программ текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности - для чего, кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов должны активно привлекаться работодатели, преподаватели, читающие смежные дисциплины.

8.5. Обучающимся должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

8.6. Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы). Государственный экзамен вводится по усмотрению вуза.

Требования к содержанию, объему и структуре бакалаврской работы, а также требования к государственному экзамену (при наличии) определяются высшим учебным заведением.

Дополнение к Федеральному государственному образовательному стандарту по направлению подготовки 080200.62 - «Менеджмент»

Перечень дисциплин, дополняющий федеральный государственный образовательный стандарт

1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл

1. Основы социального государства.
2. Русский язык и культура речи.
3. Деловой иностранный язык.
4. История мировых религий.
5. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса.
6. Связи с общественностью.
7. История экономических учений.
8. История Дагестана.

II. Математический и естественнонаучный цикл

1. Основы математического моделирования социально-экономических процессов.
2. Информатика.
3. Концепции современного естествознания.
4. Информационные технологии в маркетинге.
5. Прикладные математические пакеты.
6. Социально-экономическая география и регионалистика.
7. Экология и природопользование.

III. Профессиональный цикл

1. Учебно-исследовательская работа в семестре (по профилю)
2. Цены и рыночная конъюнктура.
3. Основы логистики и управление цепями поставок.
4. Маркетинговые исследования.
5. Основы биржевой торговли.
6. Налоги и налогообложение.
7. Инновационный менеджмент.
8. Экономика предприятия (фирмы).
9. Мировая экономика.
10. Промышленный маркетинг.
11. Банковское дело и банковский маркетинг.
12. Оценка финансовой устойчивости фирмы.
13. Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка.
14. Управление продажами.
15. Малые предприятия в современном бизнесе.
16. Правовое регулирование маркетинговой деятельности.
17. Лидерство.
18. Международный бизнес.
19. Управление технологиями (изменениями).
20. Автоматизированное рабочее место маркетолога.
21. Реинжиниринг бизнес-процессов.

22. Организация коммерческой деятельности.
23. Организация предпринимательства.
24. Управление маркетингом.
25. Информационное обеспечение производственными системами.
26. Системный инструментарий маркетинговой деятельности.
27. Страхование.
28. Основы международного маркетинга.
29. Операционный менеджмент.
30. Основы маркетинга.
31. Внешнеэкономическая деятельность коммерческих организаций.

Код УЦ ООП	Учебные циклы и проектируемые Результаты их освоения	Трудо- ем- кость (За- четные едини- цы) 1)	Перечень дисцип- лин для разработки примерных про- грамм, а так же учебников и учеб- ных пособий	Коды форми- руемых компе- тенций
1	2	3	4	5
Б. 1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл			
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору	10-20		
	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Категориальный аппарат теории социального государства; основные модели социального государства; способы социальной структуризации и оценки уровня и качества жизни современного общества; сущность, принципы, виды, уровни, направления и инструменты социальной политики и социальной работы в современном государстве; факторы и содержание процесса становления социального государства в России. - Стили современного русского литературного языка, языковую норму, её роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Научный стиль. Специфику использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые 		<p>Основы социального государства Русский язык и культура речи Деловой иностранный язык Иностранный язык- 2 Основы предпринимательской деятельности и бизнеса Связи с общественностью История Дагестана История экономических учений</p>	<p>ОК-1, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-19, ПК-1, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-27, ПК-29, ПК-30, ПК-48, ПК-49, ПК-50</p>

<p>формулы официальных документов.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Лексику по деловому общению, необходимую для успешной устной и письменной коммуникации и организации переговоров; иметь представление о национальных особенностях деловой культуры. - Социальную сущность религии; структурные элементы и социальные функции религии; основные предпосылки ее возникновения; место религии в системе культуры. - Роль руководителя в управлении современной организацией, структуру профессиональных качеств менеджера, нравственные обязанности человека по отношению к другим и самому себе; природу психики, культурные ценности, этические нормы поведения, место культуры и этики в регуляции жизнедеятельности общества, группы и индивида - Современные представления о Пабллик рилейшнз как области знания и сфере профессиональной деятельности, историю становления ПР - Основные формы экономических систем, существовавших в историческом прошлом, сущность, объективную логику и динамику их развития, условия и причины упадка каждой системы и замены её последующей; роль и место государства на различных этапах развития общества и соответствующие этим этапам требования к формам и методам государственного регулирования экономических процессов; основные исторические этапы развития экономической теории и научно-теоретического анализа хозяйственных процессов, объективную обусловленность смены исследовательских программ и аналитических инструментов экономической науки; важнейшие особенности современного этапа развития мировой и российской экономики и экономической науки - об истории Дагестана как о науке, ее месте в системе гуманитарных наук; об исторических источниках по истории Дагестана и методах работы с ними, об основных этапах истории народов Дагестана и их хронологии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять эффективный поиск информации и профессионально работать с 			
---	--	--	--

	<p>научными и методическими источниками; выявлять общее и особенное в формировании зарубежных и отечественной моделей социальной политики; сравнивать и сопоставлять зарубежный и российский опыт</p> <p>разработки, реализации и оценки социальной политики; извлекать уроки из истории формирования социального государства в зарубежных странах и России и на их основе</p> <p>принимать осознанные решения.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Подготовить речь: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. Основные приёмы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесно оформлять публичное выступление, понятливость, информативность и выразительность публичной речи - Проводить деловые встречи и переговоры, организовывать и проводить ярмарки и выставки, заключать контракты, свободно общаться с носителем языка. - Пользоваться религиозными источниками и литературой. - Пользоваться современными методами оценки профессиональных качеств руководителя, его культурных ценностей и этических норм поведения. - Определить место и роль ПР в структуре и деятельности современной организации - Сравнить отличительные признаки методологических подходов и теоретических позиций представителей различных направлений экономической мысли; анализировать достижения различных экономических школ и направлений; понимать преимущества и недостатки различных подходов к регулированию хозяйственных процессов с учетом национальной специфики той или иной страны. - Выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому народов Дагестана <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками анализа и оценки социальной политики; методиками оценки уровня и качества жизни; навыками работы с нормативно-правовыми и социально-статистическими источниками. - Приёмами унификации языка служеб- 			
--	---	--	--	--

	<p>ных документов. Основными направлениями совершенствования навыков грамотного письма и говорения.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками делового общения, работы с деловой документацией, навыками ведения деловой корреспонденции, создания и развития бизнеса - Основами религиозной философии, развивающейся на основе национальных и мировых религий - Грамотным использованием в своей профессиональной деятельности представлений о сущности формирования профессиональных качеств, этики и культуры современного руководителя - навыками эффективного использования ПР и СМИ. - Навыками самостоятельного применения накопленного в истории хозяйственного опыта для оценки экономической ситуации и принятия правильного решения. - Навыками исследовательской деятельности, познавательной и творческой деятельности 			
Б. 2	Математический и естественнонаучный цикл			
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору	10-20		
	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные математические методы анализа принятия решения; вычислительные алгоритмы построения оптимальных решений. - Теорию кодирования информации и систем счисления; творческий подход к решению задач, оценке необходимости использования компьютера, оценке возможности использования стандартных средств или необходимости разработки программ, работы в коллективе, когда отдельные подзадачи передаются для реализации более компетентным исполнителям; функциональные возможности прикладных и сервисных программ; общую методологию использования программ в профессиональной работе с данными. - Особенности достижения современного постиндустриального (информационного) 		<p>Основы математического моделирования социально-экономических процессов Информатика Концепции современного естествознания Информационные технологии в маркетинге Прикладные математические пакеты Социально-экономическая география и регионалистика Экология и природопользование</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-12, ОК-13, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-20, ОК-22, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-20, ПК-28, ПК-30, ПК-34,</p>

	<p>общества; современного естествознания и особенности их воздействия на развитие естественно-научные основы современного информационного общества; технологий; естественно-научные аспекты информационной безопасности и защиты государственной тайны; опасности и угрозы, возникающие в процессе получения, обработки и дальнейшего продвижения информации.</p> <p>- Основные эконометрические модели, применяемые в экономических исследованиях; методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов; методы оценки параметров эконометрических моделей; принципы, методы определения и показатели качества эконометрических моделей; принципы и методы прогнозирования экономических параметров с помощью эконометрических моделей.</p> <p>Уметь:</p> <p>- Выбирать рациональные варианты действий в практических задачах принятия решений с использованием экономико-математических моделей; применять методы поиска оптимальных решений для задач и моделей различного класса.</p> <p>– Использовать вычислительную технику, как важнейшее средство решения инженерных задач; разрабатывать программы на алгоритмических языках с использованием методов структурного программирования и метод пошаговой детализации; самостоятельно выбирать подходящую структуру данных для программной реализации решаемой задач; разрабатывать компьютерные программы с учетом современных требований к структуре программы, обеспечению наглядности выводимых результатов, использованию внешних устройств для размещения данных и программных файлов; проводить анализ разрабатываемых алгоритмов и программ для оценки их эффективности и правильности получаемых результатов.</p> <p>- Выявлять социально-значимые проблемы и процессы, в том числе в области современного естествознания; осуществлять сбор, анализ и обработку естественно-научной информации, необходимой для</p>			ПК-36,
--	--	--	--	--------

<p>решения поставленных профессиональных задач; соблюдать основные требования информационной безопасности и защиты государственной тайны; выстраивать информационную иерархию, отличать значимую информацию от незначительной; правильно оперировать профессионально значимой информацией, в том числе в области современного естествознания.</p> <p>- Осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей; строить простейшие эконометрические модели; определять оптимальный набор объясняющих экономических параметров; проводить идентификацию неизвестных коэффициентов эконометрических моделей различными методами; оценивать качество построенных моделей по статистическим данным; строить точечные и интервальные прогнозы экономических параметров с помощью эконометрических моделей; анализировать и содержательно интерпретировать результаты расчетов; прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне; оценивать точность прогнозирования и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Навыками применения математических методов оптимизации к исследованию выбираемой предметной области. – Навыками работы на компьютере с использованием современных технологий; навыками разработки программ на алгоритмических языках на основе методов структурного программирования; всем арсеналом методов сервисных программ, который необходим для формирования соответствующих компетенций; всем арсеналом функций прикладных программ, который необходим для формирования соответствующих компетенций - Навыками использования естественно-научных методов для прогнозирования развития социально-значимых проблем и процессов; навыками эффективного использования естественно-научных знаний 			
--	--	--	--

	<p>для решения поставленных профессиональных задач; методикой интерпретации информации;</p> <p>технологиями информационного обмена; способами защиты информации.</p> <p>- Навыками поиска, отбора и предварительной обработки статистических данных для проведения эконометрических исследований из различных источников, включая сетевые ресурсы сети Интернет; современной методикой построения и идентификации эконометрических моделей; методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; методами прогнозирования экономических параметров с помощью эконометрических моделей; методикой использования эконометрических моделей для управления экономическими процессами, при планировании, прогнозировании экономических параметров и в процессе проведения экономических исследований</p>			
Б. 3	Профессиональный цикл			
	<p>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору</p> <p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <p>- Принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций; основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности.</p>	82-86	<p>Учебно–исследовательская работа в семестре (по профилю)</p> <p>Цены и рыночная конъюнктура</p> <p>Основы логистики и управление цепями поставок</p> <p>Маркетинговые исследования</p> <p>Основы биржевой торговли</p> <p>Налоги и налогообложение</p> <p>Инновационный менеджмент</p> <p>Экономика предприятия (фирмы)</p> <p>Мировая экономика</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-22,</p>

<p>- Структуру и задачи денежного, кредитного рынков и рынка ценных бумаг, принципы их функционирования и организации. Особенности осуществления операций, в т.ч. купли-продажи ценных бумаг, валютных операций. Методы проведения анализа финансовой отчетности заемщика с целью определения кредитоспособности, используя различные методики оценки кредитоспособности. Подходы к разработке кредитной документации и исполнению кредитных договоров.</p> <p>- Сущность, цели и источники финансирования инвестиционной политики предприятий; методы оценки эффективности и риска участия предприятия в реальных и портфельных инвестициях.</p> <p>- теории цены, виды цен, воздействие динамики цен на результативность деятельности предприятия; особенности ценообразования с учетом развивающейся конкуренции; механизм формирования цен и основные методы ценообразования</p> <p>- Основные особенности банковской системы России, ее институциональную структуру; закономерности функционирования и развития современной банковской системы и входящих в нее коммерческих банков; основы управления организацией банковской деятельности; основы расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность банков и их роль в современной экономике; порядок создания и функционирования коммерческого банка; основы организации проведения кредитными организациями банковских операций; место и роль Банка России в организации банковской деятельности; основы банковского надзора и регулирования; специфику эффективного управления банками; специфику реорганизации и санирования банков в России.</p> <p>- Основные концепции инновационного менеджмента (его цели, задачи, инструменты); основных понятий инновационной деятельности; современной классификации инноваций; использование методик оценки эффективности инновационных проектов и рисков, особенностей управления ими; формирования иннова-</p>	<p>Промышленный маркетинг Банковское дело и банковский маркетинг Оценка финансовой устойчивости фирмы Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка Управление продажами Малые предприятия в современном бизнесе Правовое регулирование маркетинговой деятельности Лидерство Международный бизнес Управление технологиями Автоматизированное рабочее место маркетолога Реинжиниринг бизнес-процессов Организация коммерческой деятельности Организация предпринимательства Управление маркетингом Информационное обеспечение управления производственными системами Системный инструментарий маркетинговой деятельности Страхование Основы международного маркетинга Операционный</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33, ПК-34, ПК-35, ПК-36, ПК-37, ПК-38, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-42, ПК-43, ПК-44, ПК-45, ПК-46, ПК-47, ПК-48, ПК-49, ПК-50</p>
--	--	--

<p>ционных стратегий на современных предприятиях.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные подходы, методы и модели систем менеджмента качества; существующие стандарты и системы сертификации продукции и услуг; показатели и категории затрат на качество; методы управления затратами на качество. - Основы экономики управления современным предприятием, организацию и управление предпринимательской, производственной, финансовой, торговой, исследовательской и научной деятельностью хозяйствующего субъекта; делопроизводство в пределах исполняемых функций. - Функции решения в методологии и организации процесса управления; типологию управленческих решений; условия и факторы качества управленческих решений; модели, методологию и организация процесса разработки и принятия управленческого решения. <ul style="list-style-type: none"> - Задачи и функции логистики. Факторы и тенденции развития логистики. Принципы логистики. Основные разделы логистики. Организацию логистического управления. - Структуру и задачи финансового рынка, основные понятия, его функции, основные инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, драгоценные металлы и драгоценные камни. - Основы корпоративного управления. Особенности развития корпоративного бизнеса: ТНК, ТНБ. Проблемы и признаки корпоративного управления: Основные методы корпоративного контроля: - Исследования и их роль в научной и практической деятельности человека; системный анализ в исследовании управления; функциональную роль исследования в развитии систем управления; логический аппарат исследования систем управления. - Структуру и функции рынка ценных бумаг, товарного и валютного рынка; виды бирж – товарные, фондовые и валютные; основные понятия биржевого рынка, порядок и правила заключения срочных сделок, структуру и сущность рисков, присущих биржевой торговле, сущность 		<p>менеджмент Основы маркетинга Внеэкономическая деятельность коммерческих организаций</p>	
--	--	--	--

<p>хеджирования, базисные опционные стратегии.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Теоретические основы, сущность и функции лизинговых отношений, место лизинга в финансово-кредитной системе РФ, роль и возможности лизинга как способа финансирования деятельности предприятий и организаций. - Основные теории лидерства; особенности различных стилей лидерства; систему ценностей личности менеджера; природу и сущность групповой работы команды; особенности формирования команды (TEAM BUILDING) - Функции финансового менеджмента, связанные с использованием ЦБ в деятельности предприятия; финансовое планирование и методы анализа, структуру активов и источников финансирования деятельности предприятия; основные приемы формирования дивидендной политики. <p>Структуру и задачи рынка ценных бумаг (РЦБ), основные понятия РЦБ, его функции, понятия государственных, муниципальных и корпоративных ценных бумаг</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные понятия, термины и определения, применяемые в практике оценки стоимости предприятия; основные процедуры сбора и анализа информации, необходимой для оценки стоимости предприятия, его бизнес стратегий и отдельных элементов имущественного комплекса; основные подходы (доходный, сравнительный и затратный) и методы оценки стоимости предприятия; основные виды рисков, связанных с проведением расчета стоимости предприятия, и способы их снижения; структуру и содержание отчета о проведении работ по оценке стоимости и виды стоимости бизнеса; особенности проведения оценки стоимости бизнеса для конкретных целей: инвестирования капитала, налогообложения, реструктуризации и антикризисного управления. - Сущность, цель и задачи коммерческого менеджмента; функции и механизм коммерческого менеджмента; организационно-правовая форма деятельности коммерческого предприятия; типы магазинов и содержание торгово-технологических процессов и технологическая планировка помещений коммерческого предпри- 			
--	--	--	--

	<p>ятия; организация процессов приемки, хранения и подготовки товаров к продаже; управление процессом обслуживания покупателей; управление товарооборотом; управление финансовым состоянием коммерческого предприятия; управление хозяйственными рисками.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы применения технологии бизнес-реинжиниринга в реорганизации деятельности предприятия, требующие изменения организационной структуры на основе внедрения интегрированных корпоративных информационных систем. - Сущность и роль денег, денежного обращения, финансов и кредита, государственного бюджета в экономике государства; основные принципы финансирования и кредитования капвложений, оборотных средств предприятия, безналичные расчеты между предприятиями; краткосрочный кредит в хозяйственном механизме управления предприятием. - Понятие и содержание предпринимательской деятельности, определение предпринимательства и предпринимателя, макро- и микросреда предпринимателя, факторы и их влияние, формы и виды предпринимательской деятельности. Экономические основы деятельности коммерческой организации. Учет и отчетность в коммерческих организациях. Порядок и учреждение коммерческой организации: - Сущность, причины и закономерности кризисов, возможности, необходимость и содержание антикризисного управления организациями, порядок установления и проведения банкротства предприятия; методы активизации человеческого фактора антикризисного управления; - Сущность и экономическую природу рисков и их роль в управлении организацией; классификацию и виды рисков организации; основы риск-менеджмента, методы учета финансовых рисков, их качественные и количественные оценки. - Правовые и организационные основы страхового дела, сущность, особенности и задачи корпоративного личного страхования, его направленность на повышение эффективности управления человеческими ресурсами. <p>уметь:</p>				
--	--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Планировать операционную деятельность организации. - Анализировать стадии формирования и перспективы развития финансового рынка. Оценивать роль кредитных институтов в реализации государственной денежно-кредитной политики. Работать с рейтинговыми шкалами для оценки деятельности финансовых посредников. Оценивать кредитоспособность заемщиков, определять их кредитные рейтинги. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать риски и эффективность принимаемых финансовых решений. - Проводить анализ эффективности инвестиционных проектов; прогнозировать денежный поток для оценки эффективности инвестиционных проектов; анализировать риски реальных и портфельных инвестиций предприятий. - Разрабатывать в общем виде ценовую политику предприятия, анализировать ее воздействие на результативность деятельности предприятия. - Оценивать окружающую среду банковского менеджмента и отслеживать ее воздействие на качественные характеристики банковских продуктов; определять структуру и параметры элементов банковской политики; формировать принципы политики залогов; вырабатывать основы политики санкций и политики диверсификации; определять целевые установки банковского менеджмента в процессе управления пассивами и активами кредитного учреждения; управлять качественными характеристиками банковских продуктов для проведения балансировок интересов банка и его клиентов; проводить классификацию рисков, с которыми сталкивается банк в процессе управления активами против пассивов - Использовать основные теории инновационной деятельности для решения задач повышения производственного потенциала фирмы; анализировать и оценивать факторы инновационной активности предприятий; развитию инновационного предпринимательства. - Применять изученные подходы, методы и модели систем менеджмента качества 			
---	--	--	--

<p>на практике; использовать существующие стандарты и системы сертификации в практической деятельности; определять и соизмерять затраты на качество с достигнутым уровнем качества; экономически обосновывать решения в области качества</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разрабатывать и обосновывать управленческие (стратегические, оперативные) решения в сфере организационно-экономической деятельности предприятия, в том числе и в проблемных ситуациях (кризис, банкротство, недобросовестная конкуренция, изменение конъюнктуры рынка и др.); определять экономические и юридические условия осуществления различных сделок, договоров, контрактов, проектов и т.п.; разрабатывать новые стратегии деятельности предприятий; обрабатывать экономическую и управленческую информации на ЭВМ, - Проводить анализ внешней среды и ее влияние на реализацию альтернатив; условия неопределенности и риска; эффективности решений - Анализировать материальные, информационные и финансовые потоки; проводить оценку эффективности логистической системы. - Анализировать этапы формирования и перспективы развития финансовых рынков; пользоваться различными инструментами финансового рынка; анализировать деятельность и взаимодействовать с различными инструментами финансового рынка. - Проводить сравнительный анализ систем государственного, корпоративного и административного управления - исследовать управления посредством социально-экономического экспериментирования; тестирования в исследовании систем управления; параметрического исследования и факторного анализа систем управления; проводить социологические исследования систем управления; экспертные оценки в исследовании систем управления; рефлексивное исследование систем управления; планировать процесс исследования систем управления; организовать процесс исследования систем управления; - Заключать сделки с использованием 			
--	--	--	--

<p>простых опционных стратегий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Регулировать состав, структуру и распределение финансовых ресурсов организации лизингодателя, применять механизмы и инструменты заключения лизинговых сделок и управления лизинговой деятельностью. - Выбирать стиль, соответствующий ситуации в организации; уметь выбирать стиль поведения в организации; уметь эффективно работать в команде; эффективно управлять конфликтами и т.д. - Планировать поступление и расходование денежных средств от размещения и погашения ЦБ; формировать дивидендную политику предприятия в зависимости от финансовой стратегии, анализировать этапы формирования и перспективы развития РЦБ; пользоваться различными инструментами РЦБ; определять рейтинг ЦБ; анализировать деятельность и взаимодействовать с различными институтами РЦБ: депозитариями, расчетно-клиринговыми системами, посредниками, фондами и др. - Сформулировать цель оценки предприятия и определить приоритеты применения тех или иных методов оценки для конкретных целей и особенностей оцениваемого бизнеса; собирать, проводить проверку на достоверность и корректировать финансовую и иную информацию, необходимую для проведения оценочных работ; использовать методы технического и фундаментального анализа для оценки текущей и справедливой рыночной стоимости бизнеса; готовить итоговое заключение (отчет) об оценке стоимости предприятия; использовать практические приемы реструктуризации в управлении стоимостью предприятия. - проводить анализ финансового состояния, хозяйственной деятельности, товарооборота; рисков в коммерческой деятельности. - Использовать методы и инструментальные средства структурного, функционально-стоимостного и имитационного моделирования бизнес-процессов и формирования решений по их реорганизации. - Использовать финансовую отчетность предприятия и рассчитывать необходимые финансовые показатели, приме- 			
---	--	--	--

	<p>нять полученные знания в реальных практических ситуациях.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Организовывать и планировать предпринимательскую деятельность, составлять бизнес – план и проводить оценку его эффективности. - Проводить комплексную оценку ключевых факторов кризисного состояния организации; проводить диагностику кризисов, собирать и обрабатывать диагностическую информацию; оценивать управленческие риски при принятии мер антикризисного воздействия; разрабатывать технологии антикризисного управления; определять социально-экономическую эффективность мер антикризисного воздействия. - Рассчитывать влияние рисков организации на ее деятельность; определять качественные характеристики наиболее значимых финансовых рисков предприятия; оценивать финансовые, кредитные, инвестиционные риски для принятия оптимальных финансовых решений в условиях рискованных ситуаций. - Разрабатывать управленческие решения по осуществлению процесса страхования, проведению страховых операций в условиях неопределенности и риска, использовать методы оптимальных решений, с учетом существующих современных подходов, способствующих повышению качества принимаемых управленческих решений в области страхования с учетом условий неопределенности и риска <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования. - Приемами использования данных о деятельности финансовых рынков для оценки современного состояния и разработки перспектив развития и повышения эффективности. Инструментами и методами государственного регулирования финансового рынка, кредитного и денежного рынков, финансовой отчетности заемщиков. - Навыками инвестиционного анализа, методикой оценки эффективности и рисков реальных и портфельных инвестиций, методикой оценки эффективности уча- 			
--	---	--	--	--

	<p>ствия</p> <p>предприятия в финансовом проекте в роли инвестора (кредитора) и эмитента (дебитора).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методами и принципами ценообразования. - Методами и приемами анализа практических проблем управления функционированием банковского сектора экономики; - методами оценки эффективности различных банковских операций; -технологией выявления тенденций изменения экономических показателей эффективности деятельности банковского сектора в целом и банков в частности; современными методиками оценки кредитоспособности заемщиков и анализа финансового состояния коммерческих банков; современными методиками анализа доходности банка от различных операций и сделок. - Методами анализа и оценки инновационных и инвестиционных проектов; способностью эффективно организовывать групповую работы по проектированию инновационной деятельности; методами и подходами к оценки инновационных решений компаний с помощью стратегического менеджмента; методическим аппаратом и навыками оценки инновационных проектов. - Инструментальными средствами для оценки качества и эффективности систем менеджмента качества; навыками экономического обоснования целесообразности принятия решений в области качества. - Современными методами управления предприятием; современными профессиональными менеджерскими пакетами прикладных программ и др. - Приемами разработки и выборов управленческих решений в условиях неопределенности и риска. - Приемами управления движения потоковых процессов, используя логистический подход. - Приемами использования инструментов финансового рынка для более эффективной деятельности организации; методами государственного регулирования деятельности 			
--	--	--	--	--

<p>финансовых рынков; технологий проведения различных операций с инструментами финансового рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основными методы корпоративного управления и контроля. - Приемами анализа и обоснования; состава и выбора методов исследования систем управления; - Инструментами рынка ценных бумаг, валютного и товарного для более эффективной финансовой деятельности организации; методами государственного регулирования на перечисленных рынках, методами анализа рыночных и специфических рисков. - Способностью принимать управленческие решения по наиболее эффективному финансовому обеспечению предприятия через лизинг, методиками расчета и обоснования лизинговых платежей, анализа эффективности лизинговых проектов, оценки преимуществ лизинга и минимизации финансовых рисков -Способность руководства людьми и организациями. - Способностью принимать решения по эффективному привлечению финансовых ресурсов для обеспечения деятельности предприятия; методами управления прибылью и рентабельностью, технологиями управления инвестициями, навыками реализации дивидендной политики. Приемами использования инструментов РЦБ для более эффективной деятельности организации; методами государственного регулирования РЦБ; технологией проведения различных операций с ЦБ организации на РЦБ. - Компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, используемой в оценочной деятельности; отечественным и зарубежным опытом организации и применения механизмов и методов оценки и управления собственностью; современными технологиями, применяемыми в управлении государственной, муниципальной, общей и частной собственностью, в отчуждении прав собственности на имущество, служащее обеспечением обязательств собственника, <p>В имущественном страховании и оценке рыночной стоимости имущества и бизне-</p>			
--	--	--	--

	<p>са.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками управления процессом обслуживания покупателей; товарооборотом; методами финансового анализа коммерческого предприятия; управления хозяйственными рисками. - Навыками организации работ по реинжинирингу бизнес-процессов. - Экономической и финансовой терминологией, используемой в современной финансовой науке и практике; методами оценки стоимости собственного и заемного капитала компании; методами бюджетирования денежных средств и прогнозирования. - Навыками разработки бизнес-плана и методами оценки предпринимательских рисков. - Методами разработки стратегии и тактики антикризисного управления. - Методами разработки и принятия управленческих решений на предприятии по результатам анализа рисков; приемами выработки способов снижения финансовых рисков - Навыками разработки этапов принятия управленческих решений в организации и проведении процесса страхования; формами и методами принятия управленческих решений в сфере страхового дела в условиях неопределенности и теорий вероятностей; способностью оценивать последствия принимаемых решений по степени страхового риска в различных отраслях и видах страхования, приемами влияния личности менеджера на принятие управленческих решений в сфере страховой деятельности. 			
Б.4	Физическая культура	2		ОК-22
Б.5	Учебная и производственная практики практические умения и навыки определяются ООП вуза	6-10		ОК-8, ОК-13, ОК-19, ПК-8, ПК-47, ПК-49
Б.6	Итоговая государственная аттестация	12		ОК-5, ОК-6, ПК-1-50
	Общая трудоемкость основной образовательной программы	240		

Дополнения к минимуму требований и уровню подготовки выпускника

В результате изучения вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла обучающийся должен:

Знать

- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- представление об экономическом образе мышления;
- этические ценности и здоровый образ жизни.

Уметь

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- разрабатывать процедуры и методы контроля;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; преодолевать локальное сопротивление изменениям;
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

Владеть

- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

В результате изучения вариативной части математического и естественнонаучного цикла обучающийся должен:

Знать

- представления о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний;
- работу с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах.

Уметь

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.

Владеть

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации,
- имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения вариативной части профессионального цикла обучающийся должен:

Знать

- социальную значимость своей будущей профессии;
- основные этапы эволюции управленческой мысли;
- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- современные концепции организации операционной деятельности;
- основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;
- экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- типовую организационную структуру и систему распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования в социальной;
- типовые процедуры и методы контроля и порядок их разработки;
- процессы групповой динамики и принципы формирования команды;
- современные технологии управления персоналом;
- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в социальной сфере;
- методы управления проектами;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности социального проекта;
- экономические основы поведения организаций;
- методы реинжиниринга бизнес-процессов;
- основные принципы и стандарты финансового учета;
- методы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций.

Уметь

- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- критически оценивать личные достоинства и недостатки;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- планировать операционную (производственную) деятельность организаций;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления;
- моделировать бизнес-процессы и знаком с методами их реинжиниринга;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;

- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.);
- взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;
- реализовывать подходы и развивать индивидуальные и коллективные знания и компетенции;

Владеть

- высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- современными технологиями управления персоналом;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения;
- средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;
- методами и программными средствами обработки деловой информации;

№	Наименование дисциплины	По семестрам		в том числе		Распределение по курсам и семестрам												Паричная нагрузка (контингент)	Вспомогательные формы час	Итого ЗЕТ по плану																										
		Сканионы	Варианты	Курсовые проекты (эссе, рефераты, презентации и др.)	Курсовые работы	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		5 курс																																
						Лекции	СР	Лекции	СР	Лекции	СР	Лекции	СР	Лекции	СР	Лекции	СР																													
139.481	Б1																																													
Б1.Б.1	История	2	144	144	51	57	34	17										17	4	4	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-6	18	4																							
Б1.Б.2	Философия	1	144	144	68	110	34												55	4	4	ОК-6	14	2																						
Б1.Б.3	История культуры	24	13	324	129	110	34												14	9	9	ОК-4, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12	18	9																						
Б1.Б.4	Правоведение	2	72	72	51	21													34	2	2	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12	18	2																						
Б1.Б.5	Институциональная экономика	4	20	324	153	135													34	17	17	ОК-4, ОК-11, ОК-13, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19	14	9																						
Б1.Б.1	Основы социального государства	3	144	144	51	57													34	4	4	ОК-4, ОК-9, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19	18	4																						
Б1.Б.2	Русский язык и культура речи	1	144	144	51	57													40	4	4	ОК-6	18	4																						
Б.128.200	Б.1.2.20	7	5	1296	1296	561	403	34	119	102	85	51	85	34	51				36	36	36		146	36																						
Б1.ДВ1	Дисциплины по выбору																																													
1	Деловая иностранная речь	4	36	36	17	19													14	1	1		14	1																						
2	Иностранный язык 2	4	36	36	17	19													14	1	1		14	1																						
1	Основы предпринимательской деятельности и бизнеса	1	108	108	51	57	34	17											20	3	3		14	3																						
2	Связи с общественностью	1	108	108	51	57	34	17											20	3	3		14	3																						
1	МДВ2 Дисциплины по выбору																																													
1	История философии	1	108	108	51	57	17	34											17	3	3		18	3																						
2	История философии учено	7	8	1548	1548	800	616	85	170	102	85	51	85	34	68				61	3	3		18	3																						
34.441	Всего по плану																		43	43	43		134	43																						
Б2.Б.1	Математика	1, 2	396	396	153	192	34	17	34	17	34	17	34	17	34				7	11	11	ОК-15	50	11																						
Б2.Б.2	Статистика	4	3	216	216	85	77												6	6	6	ОК-15, ОК-16, ОК-18	18	6																						
Б2.Б.3	Математические методы управления	7	108	108	51	57													27	3	3	ОК-8, ОК-9, ОК-20	18	3																						
Б2.Б.4	Информационные технологии в менеджменте	2	144	144	51	39													15	4	4	ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19	30	4																						
Б2.Б.1	Основы математического моделирования (симуляционное моделирование, процессы)	3	108	108	51	57													27	3	3	ОК-10, ОК-18	18	3																						
Б2.Б.2	Информационные технологии в менеджменте	1	180	180	85	59	34	17											15	5	5	ОК-17	24	5																						
Б2.Б.3	Математическое моделирование	4	72	72	34	38													55	2	2	ОК-20	12	2																						
Б.124.24	Б.1.2.24	5	5	1224	1224	510	400	68	34	34	51	34	17	85	34	34			34	34	34		170	34																						
Б2.ДВ1	Дисциплины по выбору маркетинга																																													
1	Информационные технологии в маркетинге	2	144	144	51	57													20	4	4		18	4																						
2	Прикладные маркетинговые технологии	2	144	144	51	57													16	4	4		18	4																						
1	Специализированные дисциплины по выбору																																													
1	Специализированные дисциплины по выбору	2	72	72	34	38													10	2	2		18	2																						
2	Экономика и предпринимательство	6	6	1440	1440	535	575	58	34	34	102	51	34	85	34	34			48	2	2		18	2																						
Всего по плану																			40	40	40		270	40																						
134.1381	Б3																																													
Б3.Б.1	Теория менеджмента	5	36	36	17	19													24	1	1	ОК-1, ОК-4	18	1																						
Б3.Б.1.1	История управленческой мысли	3	108	108	51	57													24	3	3	ОК-1, ОК-6, ОК-7	14	3																						
Б3.Б.1.2	Управленческие технологии	4	108	108	51	57													24	3	3	ОК-8, ОК-3	18	3																						
Б3.Б.1.3	Теория организации	5	180	180	85	76													22	5	5	ОК-11, ОК-22, ОК-23, ОК-24	18	5																						
Б3.Б.2	Маркетинг	5	180	180	85	58													20	5	5	ОК-4, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24	30	5																						
Б3.Б.3	Учет и аудит	6	216	216	102	78													24	7	7	ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	30	6																						
Б3.Б.4	Финансовый менеджмент	6	252	252	119	97													24	7	7	ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	15	7																						
Б3.Б.5	Управление персоналом	7	144	144	51	57													24	4	4	ОК-22, ОК-23	16	4																						
Б3.Б.6	Социальная ответственность	7	108	108	51	57													24	4	4	ОК-16	16	4																						
Б3.Б.7	Корпоративная социальная ответственность	7	108	108	51	57													24	4	4	ОК-22, ОК-23	16	4																						
Б3.Б.8	Безопасность жизнедеятельности	2	108	108	51	57													11	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	11	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	12	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	12	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	12	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	12	3	3	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24, ОК-25, ОК-26, ОК-27, ОК-28, ОК-29, ОК-30, ОК-31, ОК-32, ОК-33, ОК-34, ОК-35, ОК-36, ОК-37, ОК-38, ОК-39, ОК-40, ОК-41, ОК-42, ОК-43, ОК-44, ОК-45, ОК-46, ОК-47, ОК-48, ОК-49, ОК-50, ОК-51, ОК-52, ОК-53, ОК-54, ОК-55, ОК-56, ОК-57, ОК-58, ОК-59, ОК-60, ОК-61, ОК-62, ОК-63, ОК-64, ОК-65, ОК-66, ОК-67, ОК-68, ОК-69, ОК-70, ОК-71, ОК-72, ОК-73, ОК-74, ОК-75, ОК-76, ОК-77, ОК-78, ОК-79, ОК-80, ОК-81, ОК-82, ОК-83, ОК-84, ОК-85, ОК-86, ОК-87, ОК-88, ОК-89, ОК-90, ОК-91, ОК-92, ОК-93, ОК-94, ОК-95, ОК-96, ОК-97, ОК-98, ОК-99, ОК-100	12	3	3	О

Аннотации рабочих программ

Рабочие программы дисциплин находятся на выпускающей кафедре маркетинга и бизнеса. В таблице представлены аннотации рабочих программ.

Код УЦ ООП	Учебные циклы, разделы	Минимум требований к дисциплине	Коды форми- руемых компе- тенций
1	2	3	4
Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл		
Б1.Б.1	Базовая часть	<p align="center">ИСТОРИЯ</p> <p>Закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории. Место и роль России в системе мировых цивилизаций. Процессы складывания Древнерусского государства, его социальная структура, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями, принятие Христианства и его социокультурные и политические последствия. История русских земель в период раздробленности, характер экономических, политических и культурных процессов; объединение русских земель вокруг Москвы; Московское царство в XV - XVII веках, его социально-экономическое, политическое и культурное развитие; особенности российской модернизации в XVIII веке, превращения России в одну из ведущих держав Европы. Важнейшие аспекты внутренней и внешней политики России в XIX столетии, становление нации, социально-экономическое развитие, подъем национальной культуры. История России в новейшее время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения, история русских революций и Советского государства, достижения и противоречия экономического, общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, борьба народа в ходе Великой Отечественной войны. Кризис советской системы, переход к современной России, становление в ней демократии и гражданского общества.</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-9
Б1.Б.2		<p align="center">ФИЛОСОФИЯ</p> <p>Предмет философии; место и роль философии в культуре; становление философии; основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития; структура философского знания; учение о бытии; монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия; понятия материального и идеального; пространство,</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5

	<p>время; движение и развитие, диалектика; детерминизм и индетерминизм; динамические и статистические закономерности; научные, философские и религиозные картины мира; человек, общество, культура; человек и природа; общество и его структура; гражданское общество и государство; человек в системе социальных связей; человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость; формационная и цивилизационная концепции общественного развития; смысл человеческого бытия; насилие и ненасилие; свобода и ответственность; мораль, справедливость, право; нравственные ценности; представления о совершенном человеке в различных культурах; эстетические ценности и их роль в человеческой жизни; религиозные ценности и свобода совести; сознание и познание; сознание, самосознание и личность; познание, творчество, практика; вера и знание; понимание и объяснение; рациональное и иррациональное в познавательной деятельности; проблема истины; действительность, мышление; логика и язык; искусство спора; основы логики; научное и вненаучное знание; критерии научности; структура научного познания, его методы и формы; рост научного знания; научные революции и смены типов рациональности; наука и техника; будущее человечества; глобальные проблемы современности; взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.</p>	
Б1.Б.3	<p style="text-align: center;">ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности. Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций, выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:</p> <ul style="list-style-type: none"> - усвоение специальной психологической лексики на иностранном языке; - овладение устной и письменной коммуникацией на профессиональные темы, как в диалогической, так и в монологической форме; - овладение умением читать и переводить специальную литературу на иностранном языке; - спо- 	ОК-5, ОК-6, ОК-7; ОК-14

	<p>способность писать специальные тексты на иностранном языке.</p> <p>Кроме этого студенты приобретают некоторые навыки работы с текстом, в частности овладевают навыком оптимизации понимания текста.</p>	
Б1.Б.4	<p style="text-align: center;">ПРАВОВЕДЕНИЕ</p> <p>Понятие и признаки правового государства, его функции и их осуществление; теории происхождения государства и права; определение источников права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации, статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности), федеративное устройство государства, конституционные права и свободы и т.д.; основы трудового права; основы международного права, роль современного международного права в обеспечении прав и свобод человека, международно-правовые акты о правах человека и гражданина.</p>	ОК-8, ОК-9
Б1.Б.5	<p style="text-align: center;">ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА</p> <p>Основные экономические понятия: экономические блага, потребности, ресурсы, экономический выбор, экономические отношения, объекты микроэкономики. Формы общественного производства. Экономические системы. Рынок. Рыночный механизм. Рыночное равновесие. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Функционирование предприятий. Издержки и прибыль. Типы рыночных структур: совершенная и несовершенная конкуренция. Рынки факторов производства.</p> <p>Система национальных счетов (СНС) и макроэкономические показатели. Макроэкономическое равновесие. Потребление и сбережения. Инфляция и безработица. Бюджетно-налоговая политика государства (фискальная политика). Деньги страны. Денежно-кредитная политика. Экономический рост. Макроэкономическая динамика. Международные экономические отношения. Внешняя торговля. Макроэкономические проблемы переходной экономики.</p> <p>Истоки институционализма. Классификация школ институциональной экономики. Теория институтов.</p> <p>Институт. Проблема определения понятия: неоклассический и институциональный подход. Институт в определениях экономистов и социологов.</p> <p>Институт как: а) поступки и стереотипы поведения людей; б) правила; в) взгляды (предубеждения). Формальные и неформальные правила. Институт и организация: отличительные признаки. Право и транзакция.</p> <p>Методологические основы институционального проектирования (ИП). Понятие ИП.</p> <p>Естественные и искусственные социально-экономические институты.</p>	ОК-16, ПК-25, ПК-27, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-46, ПК-50

		<p>Типология трансакционных издержек. Природа трансакционных издержек. Трансформационные и трансакционные издержки. Классификация издержек: координационные, мотивационные.</p> <p>Четыре уровня трансакций по О.Уильямсону:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) разовый (элементарный) обмен на анонимном рынке 2) повторяющийся обмен массовыми товарами (в отсутствии специфичности активов) 3) повторяющийся контракт, связанный с инвестициями в специфические активы 4) инвестиции в эксклюзивные активы <p>Классификация трансакций по Д. Норту и Т. Эггертсону: издержки поиска цены, товара, продавца, покупателя; издержки ведения переговоров; издержки составления контрактов; издержки мониторинга; издержки на принуждение; издержки по защите прав собственности.</p> <p>Теория трансакционных издержек: роль информационных издержек. Теория общественного выбора: роль издержек согласования. Теория соглашений: роль неоднородности институциональной среды.</p> <p>Свобода и собственный интерес как основные предпосылки в процессе взаимодействия участников экономической жизни. Понятие контракта, виды контрактов.</p> <p>Основные составляющие контракта, структура контракта. Основные понятия контрактного права. Природа контрактов в —свободной теории и —законной теории . Совершенный и несовершенный (точковый и отношенческий) контракты . Типы проблем, предшествующих контракту. Понятие реляционного контракта.</p> <p>Варианты воздействия внешней среды на результаты взаимодействия между индивидами: определенность, неопределенность и риск. Контракт о продаже и контракт о найме.</p> <p>Типы контрактов: классический, неоклассический, имплицитный.</p> <p>Предмет теории прав собственности. Правовые предпосылки экономической теории прав собственности. Механизм возникновения прав собственности. Проблема спецификации прав собственности. Обмен как обмен пучками прав собственности. Перечень правомочий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) права пользования имуществом (usus); 2) права пожинать приносимые им плоды (usus fructus); 3) права изменять его форму и субстанцию (abusus) и 4) права передавать его другим лицам по взаимно согласованной цене. Степень исключительности права частной собственности: исключительность права usus fructus, исключительность права отчуждения. 	
--	--	---	--

		<p>Понятие —размывания прав собственности.</p> <p>Три системы собственности: частная, государственная, общая. Сравнительные характеристики систем собственности. Поведенческие последствия каждой из систем собственности. Типы регулирования прав собственности. Концепция остаточных прав и остаточных эффектов.</p> <p>Проблема —внешних эффектов. Частные и социальные издержки, случаи их расхождения. Логика теоремы Коуза. Выводы из теоремы Коуза: двусторонний характер внешних эффектов, экономический смысл прав собственности, роль государства в провалах рынка.</p> <p>Критика и опровержения теоремы Коуза: эффект дохода, теория игр, нереалистичность.</p> <p>Свойства эффективных прав собственности: Четкость, однозначность, реализуемость, обмениваемость. Проблема ограничения прав собственности. Проблема разделения прав собственности. Проблема формирования набора прав собственности. Проблема сложных результатов собственности. Проблема определения права собственности.</p> <p>Понятие организации. Соотношение институтов и организаций. Формы организации.</p> <p>Специфика организации общины, идеология, цели и задачи. Признаки организации: цель, обособленность, наличие связей между отдельными элементами, саморегулирование, организационная культура. Социальная структура организации Пять основных фаз цикла жизни организации Законы организации: 1-синергии, 2-дополнения, 3-сохранения пропорциональности, 4-композиции, 5-самосохранения, 6-информированности, 7-необходимого разнообразия.</p> <p>Виды организаций: искусственная, естественная.</p> <p>Семья как общинная организация, специфика целей семьи. Современные формы общинных организаций.</p> <p>Корпорация и община: сравнительная характеристика. Эффективность корпораций.</p> <p>Миссия корпорации. Корпоративная культура.</p> <p>Ассоциация: понятие, специфика создания.</p> <p>Права собственности на сложные объекты. Классическая форма фирмы: два ограничения 1 - небезвозмездность факторов производства; 2 - заданные цены.</p> <p>Критерии эффективности фирмы:</p> <ul style="list-style-type: none"> · аллокативная эффективность · X- эффективность <p>Закрытые и открытые фирмы.</p> <p>Индивидуальное частное предприятие: огра-</p>	
--	--	--	--

	<p>ничения, проблема горизонта, проблема диверсификации.</p> <p>Товарищество: преимущества и недостатки. Проблемы функционирования: ответственность за собственность, проблема — зайца, наследования опыта, торговой марки</p> <p>Корпорация: закрытая корпорация, применимость.</p> <p>Открытая корпорация, основные черты: права собственности и менеджмент. Группы внешних факторов, ограничивающие оппортунистическое поведение менеджеров:</p> <ul style="list-style-type: none"> · конкуренция на рынке капитала · рынок услуг менеджеров · поглощение фирм (конкуренция между командами менеджеров) <p>Формы оппортунистического поведения высших менеджеров: злонамеренное (fraud), незлонамеренное (non-fraud)</p> <p>Корпорации типа — mutual -общества на взаимности и — non- profit.</p> <p>Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Обмен информацией: издержки и искажения. Издержки измерения качества обмениваемых товаров и услуг. Оппортунистическое поведение и роль — третьей стороны государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника.</p> <p>—Провалы государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы — вмешательства государства в сделки.</p> <p>Теория государства Д Норта.</p> <p>Типология государств. Государство и проблема — принципала - агента. Государство- гарант сделок: контрактное государство. Предпосылки существование контрактного государства.</p> <p>Эксплуататорское государство - как модель — стационарного бандита. Ограничения монопольной власти правителя, монополия на насилие и роль распределения потенциала на насилие в функционировании государства.</p> <p>Эмпирические методы оценки характера государства: анализ государственного бюджета; структура государственных расходов; способы финансирования бюджетного дефицита.</p> <p>Сравнительный анализ контрактного и эксплуататорского государства.</p> <p>Специфика отношений принципал-агент, применительно к государству. Рынки власти: административный рынок, монетаристская революция и по-</p>	
--	---	--

		<p>литическая реакция на нее.</p> <p>Функциональная структура административно-го рынка. Институты экономики советского государства. Природа организационной культуры.</p> <p>Причины внезаконного осуществления экономической деятельности - цена подчинения закону. Издержки доступа к закону. Издержки продолжения деятельности в рамках закона. Понятие внезаконной экономики. Структура внезаконной экономики: неофициальная экономика, фиктивная экономика, криминальная экономика. Подходы к измерению размеров внезаконной экономики: монетарный метод, метод баланса расходов и доходов, анализ занятости, метод технологических коэффициентов, опросы домашних хозяйств, социологический метод.</p> <p>Цена внезаконности и ее составляющие:</p> <ul style="list-style-type: none"> · издержки уклонения от законных санкций · издержки трансфертов доходов · издержки уклонения от налогов и начислений на заработную плату · издержки отсутствия законно зафиксированных прав собственности · издержки невозможности использования контрактной системы · издержки исключительности двухстороннего характера внезаконной сделки · издержки доступа к внезаконным процедурам разрешения конфликта <p>Внезаконная экономика, характеристика транзакций: характер доверия, вероятность оппортунизма, санкции за оппортунизм, процедура разрешения конфликта, форма расчетов, период заключения сделок. Макроэкономические последствия внезаконности: позитивные и негативные. Нормы мафии: норма чести, норма доверия, норма секретности. Отличия правил внезаконной и законной рыночной сделки.</p> <p>Нормообразующие факторы. Эффективность норм и институциональные ловушки: бартер, неплатежи, уклонение от налогов, коррупция, стагнация производства. Культурная инерция и институциональный конфликт. Переходная рента. Выход из институциональной ловушки. Государство в период реформ.</p>	
Б1.В.1	Вариативная часть	<p>ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА</p> <p>Теория социального государства. Общественность как объект и фактор социальной политики. Социальное государство как субъект управления. Основы социальной политики в правовом демократическом государстве. Направления реализации социальных функций государства. Социальная работа как профессионально-деятельностный компонент</p>	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-9, ОК-12, ПК-27

		современного социального государства. Формирование социального государства в современной России.	
Б1.В.2		<p align="center">РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ</p> <p>Стили современного русского литературного языка. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании литературного языка.</p> <p>Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей.</p> <p>Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.</p> <p>Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приёмы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. Основные приёмы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информативность и выразительность публичной речи. Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов. Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.</p>	ОК-1, ОК-5, ОК-6
Б1.ДВ1 1.		<p align="center">ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</p> <p>Деловые встречи. Организация и проведение ярмарок и выставок. Заграничные командировки. Деловые переговоры и заключение контракта. основные формы коммерческих структур. Создание и развитие бизнеса. Менеджмент и маркетинг. Посещение фирм и предприятий. Организация рекламы. Деловая корреспонденция. Запрос и предложения</p>	ОК-1, ОК-5, ОК-6; ОК-9, ПК-9, ПК-24
2.		<p align="center">ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК 2</p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности</p>	ОК-1, ОК-6, ОК-14,

		сти. Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций, выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:	ПК-25
Б1.ДВ2 1.		ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности.	ОК-8, ОК-19, ПК-29, ПК-48, ПК-49, ПК-50
2.		СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Паблик рилейшнз как область знания и сфера профессиональной деятельности. Цели, задачи и функции ПР. История становления ПР. Место и роль в структуре и деятельности современной организации. Общественность как социальное явление. Основные группы общественности ПР. Общественное мнение: понятие, особенности и способы функционирования. Механизмы формирования общественного мнения. Психология аудитории. Коммуникация и ее разновидности. Разновидности современных СМИ. ПР и СМИ: общие правила взаимоотношений.	ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-9, ОК-19, ПК-6, ПК-7, ПК-10, ПК-49
Б1.ДВ3 1.		ИСТОРИЯ ДАГЕСТАНА Основные положения об истории Дагестана как составной части всемирной истории, отечественной истории; о методах и источниках изучения истории Дагестан в эпоху древности. Происхождение дагестанских народностей. Зарождение и развитие феодальных отношений в Дагестане (5-10 вв). Борьба народов Дагестана с иноземными завоевателями. Религиозные верования народов Дагестан в древности и в средние века. Культура народов Дагестана с древнейших времен до конца 16 в. Дагестан в 16-18 века. Внешнеполитическое положение Дагестана в 18 веке. Освободительная борьба народов Северо-Восточного Кавказа в 20-50 гг. 19 века.	ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-13

		Дагестан пореформенный период. (60-е г.г. 19 в. и нач. 20 в.). Культура народов Дагестана в 19 – начале 20 вв. Революционное движение Дагестана в начале 20 века. Октябрьская революция 1917 г. и ее отражение в Дагестане. Гражданская война. Основные тенденции развития Дагестана в 20-30г.г. Дагестан в годы Великой Отечественной войны. Социально-экономическое и политическое развитие Дагестана в 50-80г.г. Дагестан на современном этапе.	
2.		<p>ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ</p> <p>Экономические учения до рыночной эпохи. Меркантилизм – первая концепция рыночной экономической теории. Классическая школа политэкономии. Эволюция классической школы. Маржинальная революция. Формирование основных направлений современной экономической мысли. Американский институционализм. Кейнсианство.</p>	ОК-4, ПК-1, ПК-4, ПК-26, ПК-30
Б2.	МАТЕМАТИЧЕСКИЙ И ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫЙ ЦИКЛ		
Б 2.Б.1	Базовая часть	<p>МАТЕМАТИКА</p> <p>Базовые понятия и методы линейной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа (дифференциальное и интегральное исчисление, дифференциальные уравнения), а также простейшие примеры их использования для анализа управленческих решений. Дифференциальное исчисление функции одной переменной: Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций. Предел числовой последовательности. Предел функции. Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций. Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Выпуклость функций. Линейная алгебра и аналитическая геометрия. Матрицы. Определители и их свойства. Решение линейных систем по формулам Крамера и методом Гаусса. Векторы. Линейные операции над векторами. Базис на плоскости и в пространстве. Скалярное произведение векторов. Прямая на плоскости. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола. Прямая и плоскость в пространстве. Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных. Интегральное исчисление. Дифференциальные уравнения. Ряды. Первообразная и неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы. Обыкновенные дифференциальные уравнения первого порядка. Дифференциальные уравнения</p>	ОК-5, ОК-15

	<p>первого порядка: с разделяющимися переменными; линейные уравнения, уравнения Бернулли. Разностные уравнения. Основные понятия теории вероятностей и математической статистики. Элементы комбинаторики и теории множеств. Случайные величины. Законы распределения вероятностей для функций от известных случайных величин. Цепи Маркова и их использование в моделировании социально-экономических процессов. Статистические методы обработки экспериментальных данных. Модель корреляционного анализа. Модель множественной линейной регрессии. Метод наименьших квадратов для получения оценок коэффициентов регрессии. Кластер-анализ.</p>	
Б 2.Б.2	<p style="text-align: center;">СТАТИСТИКА</p> <p>Статистика и ее информационная база: роль статистики, ее задачи и организация; статистическое наблюдение; обеспечение качества статистической информации; сводка и группировка материалов статистического наблюдения. Статистическая совокупность и ее характеристики: абсолютные, относительные и средние величины; статистические распределения и их основные характеристики; выборочный метод наблюдения. Статистическое изучение взаимосвязей и динамики: методы изучения корреляционной связи; методы обработки и анализа рядов динамики; индексный метод анализа в экономико-статистических исследованиях. Значение социально-экономической статистики и ее содержание в современных условиях: роль и значение социально-экономической статистики; основные направления развития российской статистики. Статистика населения и рынка труда: статистика населения; статистика рынка труда и трудовых ресурсов. Макроэкономические показатели в системе национальных счетов: СНС как система взаимосвязанных макроэкономических показателей; основные направления статистического анализа макроэкономических показателей. Статистика национального богатства: современная концепция национального богатства и баланс активов и пассивов; статистика основных фондов; статистика материальных оборотных активов. Статистика уровня и качества жизни населения: статистика заработной платы и расходов на рабочую силу; статистика доходов населения; статистика расходов и потребления населения; статистика уровня жизни и развития человеческого потенциала.</p>	ОК-5, ОК-7, ОК-9, ОК-12, ОК-15, ОК-16
Б2.Б.3	<p style="text-align: center;">МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ</p> <p>Дисциплина посвящена детерминированным методам принятия управленческих решений и принятию решений в условиях неопределенности. Включает в себя: основы теории принятия решений</p>	ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-13, ОК-15, ОК-20,

	<p>и исследования операций, линейное и нелинейное программирование, дискретное (целочисленное) программирование, теорию графов, динамическое программирование, основы математической теории принятия решений в условиях неопределенности, конфликтные ситуации и теорию игр, многокритериальные задачи принятия решений. Предусмотрена отработка навыков подготовки и принятия управленческих решений с реализацией типовых задач менеджмента на компьютере. Задачи дисциплины заключаются в следующем: - вооружить будущих менеджеров основами теории разработки и принятия управленческих решений; научить анализировать любую экономико-организационную проблему с помощью системного анализа; показать, каким образом эти проблемы могут быть структурированы и решены с помощью соответствующих методов, методик, приемов и т.п.; - подготовить их к активному участию в управлении производством, издержками, формированием прибыли, финансами и т.п. с широким использованием персональных компьютеров. Проникновение математики в экономику и управление. Роль и значение экономико-математических моделей и методов в совершенствовании управления. Объективная необходимость и значение применения. Экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Границы и области эффективного применения экономико-математических методов и моделей при подготовке УР. Классификация экономико-математических моделей и методов подготовки УР. Сетевые модели и методы планирования и управления. Аналитические методы. Статистические методы. Метод математического программирования. Матричный метод. Методы психологической активизации. Метод конференции идей. Метод мозговой атаки. Метод вопросов и ответов. Теоретико-игровой метод. Перечень профессиональных интересов основных участников производственных совещаний. Основные элементы технологии реализации теоретико-игрового метода. Метод сценариев. Метод дерева решений. Основы эвристических методов. Классы задач, решаемых эвристическими методами. Характерные наборы приемов эвристических методов: "Критика очевидных решений"; "Замена терминов определениями"; "Формулирование обратной задачи". Общие сведения о критериях оценки. Метод простой ранжировки. Метод задания весовых коэффициентов. Метод последовательных сравнений. Метод парных сравнений.</p>	<p>ПК-8, ПК-9, ПК-18, ПК-24, ПК-28, ПК-31, ПК-41, ПК-47, ПК-50</p>
Б2.Б.4	<p>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ</p> <p>Сущность и ключевые понятия информационных технологий организации. Предпосылки разви-</p>	<p>ОК-17 ОК-18, ПК-34</p>

		<p>тия информационных технологий. Классификация информационных технологий. Информационное и техническое обеспечение информационных технологий организации: роль информации; информационные потоки и их взаимосвязь; классификация информационного обеспечения; персональные данные и их конфиденциальность; средства компьютерной техники, аппаратное обеспечение персональных компьютеров; средства коммуникационной техники; средства организационной техники; автоматизированное рабочее место менеджера как комплекс современных информационных технологий. Математическое и программное обеспечение информационных технологий: понятие о логической и математической формализации; модели представления знаний; экономико-математическое описание задач управления персоналом; классификация и принципы построения математических моделей; виды алгоритмов и способы их описания; общая характеристика и классификация используемых в организациях программных средств. Прикладные программные продукты и тенденции их развития: классификация задач; возможность, целесообразность и необходимость их автоматизации; этапы развития информационных систем и их взаимосвязь с развитием вычислительной техники и средств коммуникаций; новые информационные технологии; принципы выбора программного обеспечения. Информационные технологии формирования политики организации, стратегического и оперативного управления: схема информационных потоков; исходные документы; проектирование базы данных; информационные технологии и этапы формирования стратегии управления; определение потребностей организации. Информационные технологии оценки труда и результатов деятельности персонала организации. Информационные технологии расчета заработной платы: основные задачи модуля «Расчет заработной платы»; расчет с сотрудниками организации; удержание налогов; ведение архива постоянных сведений; формирование документов для других подразделений; формирование документов для налоговых и других государственных органов. Информационные технологии решения учетно-аналитических задач: формы первичной учетной информации; база данных персонального учета; информационная технология ведения оперативного управленческого документооборота.</p>	
Б2.В.1	<p>Вариативная часть</p>	<p>ОСНОВЫ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ</p> <p>Математические методы и модели в принятии решений. Нелинейные оптимизационные модели и</p>	<p>ОК-2, ОК-3, ОК-5, ОК-13, ОК-20,</p>

		нелинейное программирование Классические методы оптимизации с ограничениями. Линейное программирование. Транспортная задача. Динамическое программирование. Целочисленная оптимизация. Оптимизация на графах. Сетевого планирования, построение оптимальных маршрутов. Многокритериальные задачи выбора решений. Игровые задачи принятия решений.	ПК-1
Б2.В.2		<p style="text-align: center;">ИНФОРМАТИКА</p> <p>Ведение в информатику. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Данные и их кодирование. Теория систем счисления. Операционные системы ЭВМ. Основы алгоритмизации и программирования. Базовые средства алгоритмических языков. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Классификация программного обеспечения. Сервисные программы. Текстовые процессоры. Табличные процессоры, функции и диаграммы. Демонстрационная графика. Организаторы работ. Базы данных.</p>	ОК-16, ОК-17, ОК-18, ПК-34
Б 2.В.3		<p style="text-align: center;">КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ</p> <p>Роль естествознания в развитии современного информационного общества; естественно-научные методы познания; достижения современного естествознания; естественнонаучные основы прогнозирования развития социальнозначимых проблем и процессов; естественно-научные основы развития современных технологий; естественнонаучные аспекты информационной безопасности.</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-6, ОК-22
Б2.ДВ1 1		<p style="text-align: center;">ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ</p> <p>Структура и состав информационной системы маркетинга. Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий. Виды информационных систем, их создание и оптимизация. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга. Компьютерные сети.</p> <p>Сетевая навигация. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Технология Интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство. Программные продукты в маркетинге. Эффективность информационной системы маркетинга.</p> <p>Задачи курса: определение состава и структуры маркетинговых информационных систем; обзор современных маркетинговых информационных систем; рассмотрение основных алгоритмов и технологий, используемых в маркетинговых информационных системах.</p>	ОК-15, ПК-3, ПК-10, ПК-20, ПК-30, ПК-36, ПК-48, ПК-49.

2		<p align="center">ПРИКЛАДНЫЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАКЕТЫ</p> <p>Современное математическое программное обеспечение: основные виды, возможности, области применения. Языки программирования и библиотеки подпрограмм. Специализированные и универсальные математические пакеты. Системы компьютерной алгебры и универсальные системы численных расчетов. Применение специализированных (GAMS) и универсальных математических пакетов. Пакеты моделирования системной динамики. Специализированные пакеты статистического анализа данных. Средства графической визуализации. Современные средства подготовки научных докладов и публикаций.</p>	ОК-5, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ПК-20, ПК-33, ПК-34
Б2.ДВ2 1		<p align="center">СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ И РЕГИОНАЛИСТИКА</p> <p>Целями освоения дисциплины являются приобретение студентами базовых экономических и управленческих знаний; овладение способностью к обобщению, анализу, восприятию информации о социально-экономических процессах; обучение дифференцированному подходу к решению конкретных экономических вопросов в зависимости от возможностей и особенностей каждого региона; формирование у студентов систематизированных представлений о процессах становления, функционирования и развития региональных сообществ с учетом их исторических, национально-культурных, демографических, природно-ресурсных, политико-правовых особенностей, их места и роли во внутрироссийских и мировых хозяйственных связях.</p>	ОК-2, ОК-4, ПК-28, ПК-50
2		<p align="center">ЭКОЛОГИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ</p> <p>В результате изучения дисциплины студенты должны знать теоретические основы и концепции экологии, методы урбоэкологических исследований. Студенты должны иметь представления о теории экологии города и ее прикладном применении в практике природопользования; социально-экологической ситуации и состоянии здоровья населения; административно-экономических механизмах экологии.</p>	ОК-1, ОК-2, ОК-12, ПК-2, ПК-50

БЗ		ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ	
БЗ.Б.1	Базовая часть	<p style="text-align: center;">ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА</p> <p>Раздел 1. История управленческой мысли. Природа управления и исторические тенденции его развития. Этапы и школы в истории менеджмента. Общая теория управления. Разнообразие моделей менеджмента.</p> <p>Раздел 2. Теория организации. Организация как объект менеджмента. Основные бизнес-процессы в организации. Цели, принципы и методы управления. Основные функции менеджмента. Организационная культура. Процесс принятия и реализации управленческих решений.</p> <p>Раздел 3. Организационное поведение. Основные концепции взаимодействия людей в организации. Групповая динамика и формирование группового поведения в организации. Командообразование в менеджменте. Процесс коммуникации и эффективность управления. Лидерство в организации. Управление конфликтами в организации. Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений.</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-22, ПК-25, ПК-26, ПК-30, ПК-35, ПК-36, ПК-37, ПК-42, ПК-48, ПК-49, ПК-50
БЗ.Б.2		<p style="text-align: center;">МАРКЕТИНГ</p> <p>Целью дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов маркетингового мировоззрения, получения ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний. Задачами учебного курса является знакомство учащихся с основными положениями теории маркетинга, обучение их приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.</p> <p>Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга. Формирование системы управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, формирование и классификация функций маркетинга, выделение комплексных и частных функций маркетинга; место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций</p>	ОК-15, ОК-19, ОК-20, ПК-10, ПК-20, ПК-29, ПК-30, ПК-36, ПК-48, ПК-49

	<p>системы управления организации. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге; реализация конкретных путей покрытия потребности в зависимости от целей организации и ситуации на рынке.</p>	
Б3.Б.3	<p style="text-align: center;">УЧЕТ И АНАЛИЗ</p> <p>Цели и задачи учета в принятии управленческих решений: сущность, содержание и основные понятия бухгалтерского финансового и управленческого учета, экономического анализа; бухгалтерский баланс, счета и двойная запись; организация бухгалтерского учета: система сбора и обобщения информации об активах, капитале и обязательствах организации, необходимой для составления бухгалтерской отчетности, а также для разработки управленческих решений; контроль и оценка результатов деятельности; методы калькулирования себестоимости и системы учета затрат; приемы и способы формирования информации в целях принятия управленческих решений; анализ безубыточности и способы его использования в целях формирования информации для принятия оперативных управленческих решений; калькуляция себестоимости по нормативным издержкам, виды отклонений; калькуляция себестоимости с полным распределением затрат и по переменным издержкам;</p> <p>Место экономического анализа в комплексе дисциплин по управлению: история и перспективы развития экономического анализа содержание, предмет и задачи экономического анализа научно-теоретические и методологические основы финансово-экономического анализа; роль экономического анализа в управлении организацией; виды, направления и основные методы анализа; анализ финансо-</p>	ОК-12, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-40, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-44, ПК-45, ПК-46, ПК-47

	вой устойчивости и ликвидности, кредито- и платежеспособности организации; содержание финансового и управленческого анализа и последовательность его проведения; анализ эффективности капитальных и финансовых вложений	
БЗ.Б.4	<p style="text-align: center;">ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</p> <p>Раздел 1. Теоретические основы финансового менеджмента. Сущность и технология финансового менеджмента. Бюджетная система РФ. Государственные внебюджетные фонды РФ. Инвестирование как финансовый метод. Предмет, метод, цели, задачи и принципы государственного финансового контроля. Финансовые рынки. Ценные бумаги и их оценка. Налоговая система РФ.</p> <p>Раздел 2. Формирование финансовых ресурсов предприятия. Источники финансовых ресурсов предприятия. Система и формы расчетов хозяйствующего субъекта. Денежные потоки предприятий. Финансовая политика предприятия. Финансовые риски в деятельности предприятия. Система налогов хозяйствующего субъекта. Анализ финансового состояния коммерческого предприятия. Анализ финансовых результатов деятельности коммерческого предприятия.</p>	ПК-11, ПК-12, ПК-39, ПК-40, ПК-41, ПК-44, ПК-45, ПК-46, ПК-47
БЗ.Б.5	<p style="text-align: center;">УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ</p> <p>Содержание терминов «управление персоналом» и «управление человеческими ресурсами». Привлечение персонала и регулирование занятости: набор, отбор, увольнение и сокращение штата. Использование и развитие персонала: аттестация и управление эффективностью деятельности, обучение и планирование карьеры. Особенности управления человеческими ресурсами в отраслях сферы материального производства. Особенности формирования системы управления персоналом, обусловленные влиянием факторов внутренней и внешней среды, состояние экономики и специфики населения современной России. Факторы, влияющие на социально-психологический климат в производственном коллективе. Ценностные установки и постановка личных целей. Структура, состав, функции и взаимодействие системы управления персоналом с функциональными и обслуживающими подразделениями по достижению стратегических и тактических целей предприятия. Система показателей, позволяющих оценить текущее состояние кадрового потенциала предприятия. Направления формирования эффективной системы управления персоналом предприятия</p>	ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-18
БЗ.Б.6	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	ОК-20,

	<p>Стратегическое управление в системе менеджмента. Общая концепция стратегического управления. Задачи создания стратегии. Общий подход к выработке стратегии. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Стратегическое управление и конкурентоспособность предприятия. Стратегическое планирование. Разработка функциональных стратегий. Разработка стратегии на корпоративном уровне. Маркетинговая стратегия предприятия. Рыночные стратегии ценообразования. Концепция продукта в стратегическом управлении. Динамика продукта. Стратегия использования человеческого потенциала.</p>	<p>ПК- 9, ПК-15, ПК-16, ПК-27, ПК-30, ПК-48</p>
Б3.Б.7	<p style="text-align: center;">КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</p> <p>Понятийный аппарат и методологическая база КСО: понятие социальной ответственности, её смысл и значение для общества. Структуры, несущие социальную ответственность. Принципы социальной ответственности. Осознанная социальная ответственность. содержание этапов становления и развития. КСО Концепция корпоративной ответственности, введение представлений о ее статусе, объекте, предмете и основных задачах, модели социально- ориентированной экономики, особенности взаимодействия «бизнес-власть – общество (Б-В-О) в организации благотворительности.</p> <p>Существующие подходы к КСО, Зарубежные и отечественные теории КСО. Общие теоретические понятия и концепции. Теоретические вопросы становления системы корпоративной социальной ответственности (КСО) в условиях рыночной экономики современной России, практика развития КСО в крупнейших компаниях, на уровне предприятий, малого и среднего предпринимательства. Различные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности и ее роли в решении социальных проблем современной России: обзор представлений, связанных с социальной ответственностью – от традиционной благотворительности до социального инвестирования и венчурной илантропии. Основные составляющие социальной ответственности. Связь между корпоративной социальной политикой и основной деятельностью компаний, способы измерения влияния социальных и благотворительных программ на комплекс маркетинга, капитализацию и другие области развития бизнеса. Методика сравнительного анализа зарубежного и отечественного опыта КСО. Методики оценки взаимодействия «бизнес-власть – общество» в организации благотворительности, методики распознавания трудностей в организации триадного взаимодействия Б-В-О и др. Структура отраслевых социальных</p>	<p>ОК-8, ОК-13, ОК-20, ПК-4, ПК-8, ПК-14, ПК-16, ПК-26, ПК-31</p>

	инвестиций Репутационный имидж – инструмент для привлечения инвестиций. Затраты на деятельность в области осознанной социальной ответственности и их окупаемость. Виды затрат Стандарт – ВОК КСО-2007 «Социальная ответственность организаций. Требования». Механизмы реализации корпоративной социальной ответственности Инструменты реализации, этапы проектирования и внедрения систем менеджмента социальной ответственности организаций. Инновации в управлении корпоративными региональными программами социальной направленности.	
Б3.Б.8	<p>БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</p> <p>Общие вопросы безопасности жизнедеятельности: законодательство, нормативная и нормативно-техническая документация по обеспечению безопасности жизнедеятельности; техногенные опасности и защита от них; пожарная безопасность; социальная и медицинская безопасность; обеспечение безопасности в процессе трудовой деятельности; экономический эффект защитных мероприятий. Безопасность в чрезвычайных ситуациях (ЧС): нормативная и правовая база РСЧС и ГО; ЧС мирного и военного времени; основа защиты населения и территорий в ЧС; прогнозирование и оценка обстановки в ЧС; устойчивость работы объекта экономики в ЧС; ликвидация последствий ЧС; оценка ущерба от ЧС.</p>	ОК-5, ОК-21, ОК-22, ПК-3, ПК-8
Б3.Б.9	<p>УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ</p> <p>Подходы к определению организационных изменений. Классификация организационных изменений. Особенности изменения и развития организации. Концепция и модели жизненного цикла организации, изменчивость организации на разных этапах ее жизненного цикла. Сравнительная характеристика больших и малых организаций. Преодоление сопротивления изменениям. Стратегии осуществления изменений. Формирование команды для стратегических изменений. Реструктуризация управления компаний. Связь модели стратегии и модели организационной структуры. Реинжиниринг бизнес-процессов. Инструменты проведения организационных изменений. Оценка эффективности управления организационными изменениями.</p>	ОК-8, ОК-13, ОК-20, ПК-17, ПК-30, ПК-32, ПК-36, ПК-40, ПК-48, ПК-49, ПК-50
Б3.Б.10	<p>УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ</p> <p>Курс рассчитан на получение студентами необходимых знаний по управлению проектами, на освоение умений, основанных на современных стандартизированных процедурах проектного менеджмента, а также на приобретение необходимых начальных навыков управления в</p>	ПК-9, ПК-12, ПК-17, ПК-19, ПК-20, ПК-43, ПК-48

		<p>условиях изменяющейся экономики. Таким образом, в результате изучения дисциплины специалист должен знать следующие определения и понятия проектов, программ и их контекста: управление проектами как сфера деятельности, цели, задачи и стратегия проекта и программы. жизненный цикл и структура проекта, окружение проекта, участники проекта, функциональные области управления проектами, процессы управления проектами, управление разработкой проекта, управление реализацией проекта.</p>	
Б3.Б.11		<p style="text-align: center;">ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ</p> <p>Инвестиции и управление инвестиционной деятельностью. Основной инструментарий экономических обоснований и расчетов в инвестиционном менеджменте. Инвестиционные ресурсы и их стоимостная оценка. Инвестиционный рынок и его оценка. Категории и показатели экономической эффективности инвестиционных проектов. Бизнес-план инвестиционного проекта. Управление стоимостью и результатами инвестиционных проектов. Государственное регулирование инвестиционной деятельности и государственные гарантии инвестиционных вложений.</p>	ОК-6, ОК-9, ПК-12, ПК-31, ПК-40, ПК-43
Б3.В.1	Вариативная часть	<p style="text-align: center;">УЧЕБНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА В СЕМЕСТРЕ (ПО ПРОФИЛЮ)</p> <p>В результате освоения данной дисциплины специалист приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение целей основной образовательной программы направления подготовки 080200.62 - Менеджмент профилю «Маркетинг».</p> <p>Целью учебно-исследовательской работы студентов является углубленное изучение и закрепление учебного материала, практическое ознакомление студентов со всеми этапами исследовательской деятельности. Она является неотъемлемой составной частью подготовки высококвалифицированных специалистов, имеющих навыки самостоятельной исследовательской работы.</p>	ОК-7, ОК-12, ОК-13, ОК-17, ОК-18, ПК-2, ПК-26, ПК-27, ПК-29, ПК-30
Б3.В.2		<p style="text-align: center;">ЦЕНЫ И РЫНОЧНАЯ КОНЬЮНКТУРА</p> <p>Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль». Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа. Государственное регулирование</p>	ПК-29, ПК-30, ПК-36, ПК-41

		цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.	
Б3.В.3		<p>ОСНОВЫ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК</p> <p>Задачи и функции логистики. Факторы и тенденции развития логистики. Принципы логистики. Информационная логистика. Механизмы закупочной логистики. Логистика производственных процессов. Организация материальных потоков в производстве. Организация производственного процесса во времени. Логистика распределения и сбыта. Логистика запасов. Транспортная логистика. Логистика сервисного обслуживания. Организация логистического управления.</p>	ОК-5, ОК-8, ОК-9, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ПК-3, ПК-10, ПК-18, ПК-19, ПК-32, ПК-36, ПК-41
Б3.В.4		<p>МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</p> <p>Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.</p>	ОК-15, ОК-16, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-36
Б3.В.5		<p>ОСНОВЫ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ</p> <p>История развития биржевой торговли и ее тенденции. Товарные биржи и их деятельность на рынке. Биржа как одна из форм организованного рынка. Регулирование биржевой деятельности. Органы управления и организационная структура товарной биржи. Биржи и их виды. Разновидности биржевых товаров. Участники биржевых торгов. Биржевые сделки, их сущность. Биржевые котировки. Основы фьючерсной и опционной торговли. Хеджирование. Брокерская фирма, ее место на бирже. Организация биржевой торговли и ее участники. Биржевой товар. Экономическая роль товарных бирж и анализ их деятельности. Материально-техническая обеспеченность товарных бирж. Рынок ценных бумаг. Участники рынка ценных бумаг. Валютный рынок и валютные операции.</p>	ОК-8, ОК-12, ОК-13, ОК-9, ПК-9, ПК-12, ПК-19, ПК-26, ПК-27, ПК-29, ПК-30, ПК-34, ПК-41, ПК-42, ПК-47, ПК-49, ПК-50
Б3.В.6		<p>НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ</p> <p>Целью дисциплины является формирование прочной теоретической базы для понимания экономического механизма налогообложения, развитие практических навыков у студентов по исчислению и уплате налогов в России.</p> <p>Задачи дисциплины: изучить теоретические аспекты в следующих направлениях: основы налогообложения, налоговая система и налоговая поли-</p>	ОК-2, ОК-3, ОК-13, ОК-20, ПК-8, ПК-27, ПК-28, ПК-36, ПК-48

		тика государства, виды налогов: налог на добавленную стоимость, налог на доходы физических лиц, налог на прибыль организаций, транспортный налог, упрощенная система налогообложения, косвенные налоги и таможенные пошлины, прямые налоги, прямые региональные налоги, прямые местные налоги, специальные налоговые режимы; порядка их исчисления и уплаты, прав и обязанностей налогоплательщиков, налоговых органов и полномочий отдельных органов государственной исполнительной власти в области налогообложения.	
Б3.В.7		<p>ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</p> <p>Сущность, особенности и функции инновационного менеджмента. Планирование и прогнозирование инноваций. Организация инновационной деятельности. Финансирование инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов. Создание благоприятных условий инноваций. Обеспечение инновационных процессов. Разработка программ и проектов нововведений.</p>	ОК-7, ОК-8, ОК-10, ОК-16, ОК-20, ПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-12
Б3.В.8		<p>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ (ФИРМЫ)</p> <p>Предприятие в конкурентной среде. Потенциал предприятия. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация. Налогообложение предприятия. Результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия: показатели, их анализ и планирование. Структура планов на предприятии, методы их обоснования и взаимосвязи. Управленческий учет. Стратегический и оперативный контроллинг на предприятии. Учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия.</p>	ОК-8, ОК-12, ОК-13, ПК-3, ПК-9, ПК-12, ПК-13, ПК-18, ПК-41, ПК-47, ПК-49
Б3.В.9		<p>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА</p> <p>Целью освоения дисциплины «Мировая экономика» является формирование у студентов прочных знаний в области анализа современных тенденций, происходящих в сфере международных экономических отношений и процессов глобализации и интернационализации на мировом рынке. Мировое хозяйство и его определение. Понятие мирового воспроизводственного процесса. Роль связи и транспорта в мировом хозяйстве. Качество экономического роста. Промышленно развитые страны в мировом хозяйстве. Население в мировом хозяйстве. Экономический рост и социальный прогресс. Темпы и пропорции экономического роста. Производство продовольствия и продовольственная безопасность. Международные рынки капиталов. Формирование мирового хозяйства и этапы его развития. Понятие и инструменты механизма мирового хозяйства. Мировой рынок ссудных капиталов. Концепции глобаль-</p>	ОК-4, ОК-13, ПК-24, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-30

		<p>ной экономической системы. Интернационализация рынков капитала. Динамика производства продовольствия. Демографическое развитие мира. Потребление и окружающая среда.</p>	
БЗ.В.10		<p>ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели. Этапы процесса покупки промышленных товаров. Возникновение, осознание и формулирование потребности. Формирование стратегии промышленного маркетинга. Определение характеристик продукта или оборудования, способных удовлетворить возникшую потребность. Поиск и сравнительный анализ различных поставщиков. Рассмотрение предложений и предварительные переговоры с различными поставщиками. Заключение с ними контрактов на поставку. Осуществление поставки и проверка условий контракта по поставке промышленного продукта или оборудования. Анализ количественных и качественных характеристик промышленного рынка. Организация системы сбыта на промышленных рынках Количественные характеристики рынка: емкость рынка (фактическая и потенциальная), уровень насыщения рынка, доля рынка. Управление сбытом товаров промышленного назначения Распределение рынка между производителями товаров промышленного назначения. Темпы роста рынка. Уровень стабильности потребности. Качественные характеристики рынка. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия. Использование Интернет в организации работы службы маркетинга промышленного предприятия.</p>	<p>ОК-8, ОК-12, ОК-13, ПК-1, ПК-8, ПК-9, ПК-12, ПК-17, ПК-19, ПК-47, ПК-49, ПК-50</p>
БЗ.В.11		<p>БАНКОВСКОЕ ДЕЛО И БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ Основы банковского дела; Банки и иные кредитные организации современная кредитная система. Банковская деятельность. Банковская система России: структура, состояние и проблемы совершенствования управления. Двухуровневая банковская система РФ; центральный банк РФ: основные функции, операции, кредитно-денежная политика, особенности функционирования и управления деятельностью банков. Коммерческие банки: основные пассивные и активные операции; вопросы управления доходностью ликвидностью. Маркетинг в банках. Работа с юридическими и физическими лицами. Банковское кредитование, кредитные портфель и управление кредитными операциями; инвестиционная деятельности банка; финансовые услуги, новые банковские</p>	<p>ПК-2, ПК-3, ПК-8, ПК-10, ПК-11, ПК-15, ПК-17, ПК-28, ПК-42, ПК-44, ПК-46, ПК-47</p>

БЗ.В.12		<p>услуги</p> <p>ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ФИРМЫ</p> <p>Целью преподавания дисциплины является освоение методологических, методических основ и приобретение практических навыков анализа хозяйственной деятельности, необходимых в практической работе, формирование в процессе обучения у студентов аналитического, конструктивного, творческого мышления.</p> <p>В процессе обучения студенты должны изучить основные понятия экономического анализа, определения финансовой устойчивости фирмы, освоить применение приемов и методов, используемых в оценке финансовой устойчивости фирмы, научиться выявлять резервы повышения эффективности деятельности предприятия.</p> <p>Задачи изучения дисциплины обеспечивают реализацию требований в области экономического анализа по вопросам: понимания сущности экономических явлений и процессов, их взаимосвязи и взаимозависимости; систематизации и моделирования факторных моделей; определения влияния факторов на результаты деятельности организации; выявления и подсчета экономических резервов развития бизнеса; овладения навыками организации аналитической работы на предприятии и повышения научно-экономической обоснованности бизнес-планов.</p>	ОК-5, ПК-3, ПК-11, ПК-12, ПК-26, ПК-31, ПК-35, ПК-36, ПК-38, ПК-39, ПК-41, ПК-42, ПК-43, ПК-44, ПК-45, ПК-46, ПК-48, ПК-49, ПК-50.
БЗ.В.13		<p>ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА</p> <p>Планирование как принцип, метод и функция управления. Логический процесс в планировании. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Иерархия производственных планов, вспомогательные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Прогнозы и ориентиры. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.</p>	ОК-5, ОК-8, ОК-15, ПК-11, ПК-12, ПК-20, ПК-26, ПК-31, ПК-35, ПК-39, ПК-41, ПК-42, ПК-44, ПК-45
БЗ.В.14		<p>УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ</p> <p>Анализ основных форм поведения потенциальных покупателей на различных стадиях процесса продажи с целью формирования у них внутренних установок к совершению покупки; изучение осо-</p>	ОК-5, ОК-8, ПК-3, ПК-8, ПК-18,

		бенностей покупательского поведения различных визуальных типов потребителей; изучение принципов воздействия на покупательское поведение с помощью стандартных методов рекламы и стимулирования продаж; освоение практических навыков формирования эффективных систем мотивации трудовой деятельности продавцов товаров и услуг; изучение реальных возможностей практического применения различных методов активной и пассивной продажи; развитие у будущих специалистов навыков делового общения в процессе продажи товаров и услуг; освоение практических навыков формирования оптимального интерьера мест продажи товаров и услуг.	ПК-19, ПК-22, ПК-23, ПК-25, ПК-29, ПК-30, ПК-36.
Б3.В.15		<p style="text-align: center;">МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ</p> <p>Место малого бизнеса в рыночной экономике; функции малого бизнеса; критерии определения малых предприятий; методы поддержки малого бизнеса в стране и за рубежом; организационно-правовые формы малого бизнеса; методы создания, ликвидации, организации и реорганизации малого предприятия; основы лицензирования малого бизнеса; особенности льготного кредитования и страхования малого предпринимательства; поведение малого предприятия в экономических процессах; внешняя и внутренняя среда малого предприятия; влияние ресурсов на поведение предприятия; финансовые показатели деятельности малого предприятия; налоговое регулирование малого предпринимательства; виды объединений малых предприятий; экономическая диагностика и проектирование деятельности малого предприятия.</p>	ОК-8, ПК-48, ПК-49, ПК-50
Б3.ДВ1 1		<p style="text-align: center;">ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</p> <p>Гражданско-правовые проблемы маркетинга. Сущность и понятие маркетинга. Юридически значимые аспекты маркетинга. Маркетинговые исследования: понятие, способы проведения, правовое регулирование. Понятие, содержание и условия договора на выполнение маркетинговых исследований и его место в системе гражданско-правовых договоров. Правовое положение потребителя. Правовое регулирование конкурентной среды. Правовое регулирование получения и исследования информации. Правовое обеспечение товарной политики. Правовое регулирование ценообразования в маркетинге. Правовое регулирование функционирования каналов распределения. Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций. Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности.</p>	ОК-4, ОК-9, ОК-12, ПК-2, ПК-10
2		<p style="text-align: center;">ЛИДЕРСТВО</p> <p>Роль лидерства в организации. Основы ли-</p>	ОК-1, ОК-3,

		<p>дерства. Типы и функции лидерства. Теория лидерских качеств. Концепция лидерского поведения. Концепции ситуационного лидерства. Основные стили лидерства и составляющие лидерства. Команды и разделенное лидерство. Заменители лидерства. «Двигатель» лидерство. Самосознание менеджера. «Окно Джохари» как средство самопознания. Система ценностей личности. Отношение к изменениям. Межличностная ориентация и стиль мышления. Структура межличностных коммуникаций и критерии их эффективности. Вербальные и невербальные коммуникации. Понятие команды и этапы построения. Современные приемы формирования команд. Конфликты и ее структура. Уровни конфликта в организации и их источники. Практические навыки управления конфликтами различных уровней. Понятие стресса и стратегия борьбы со стрессами.</p>	<p>ОК-8, ОК-10, ОК-12, ПК-14, ПК-15, ПК-18, ПК-20, ПК-23, ПК-29, ПК-30</p>
БЗ.ДВ2		<p>МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС</p> <p>Понятие и содержание международного бизнеса и предпринимательства; мировая экономика как среда международного бизнеса; особенности современной мировой экономики; предмет международного бизнеса, субъекты международного предпринимательства (бизнеса); формы и среду действия международного бизнеса; конъюнктуру, конъюнктуруобразующие факторы и показатели конъюнктуры международного рынка; международную конкуренцию; виды инновационной деятельности в конкуренции; конкурентные преимущества компаний, детерминанты конкурентного преимущества; международный контракт и условия международных контрактов; правила толкования торговых требований – «ИНКОТЕРМС», классификация условий – «ИНКОТЕРМС 2000»; особенности международных торгов; прямое зарубежное инвестирование; полное и совместное владение зарубежными предприятиями, преимущества и недостатки владения зарубежными предприятиями.</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-4, ПК-8, ПК-10, ПК-19, ПК-21, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-30, ПК-36, ПК-50.</p>
1			
2		<p>УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЯМ</p> <p>Основной целью формирование научных представлений в следующих направлениях: принципы и методы эксплуатации информационных систем (по областям); формирование умений и навыков применения программно-технических средств, CASE-средств; освоение основных принципов организации ИС методов и технологий их использования; приобретение знаний и навыков решения прикладных задач, возникающих при использовании ИС, фактографических и документальных БД; закрепление и расширение знаний студентов в области информационных технологий. Принципы управления изменениями. Сущность и история развития теории организационных изменений. Классифика-</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-10, ОК-15, ОК-1, ОК-19, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-9, ПК-18, ПК-47</p>

		<p>ция организационных изменений. Компоненты процесса преобразований в организации. Причины сопротивления изменениям. Виды сопротивлений: социальные и технологические. Методы преодоления сопротивлений изменениям. Модели организационных изменений. Модель изменений К. Левина. Модель управления изменениями Л. Грейнера. Модель «от хорошего к великому» Дж. Коллинза. Жизненный цикл развития технологий на предприятии.</p> <p>Задачи: формирование у студентов следующих знаний: технологий структурного, функционального и объектно-ориентированного анализа ИС; состава, содержания и принципов организации информационного обеспечения ИС; овладение методами и алгоритмами работы с фактографическими БД и приложениями ИС; овладение методами принципами и особенностями использования интегрированных ИС; CASE-средств проектирования ИС.</p>	
БЗ.ДВ3	1	<p align="center">АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО МАРКЕТОЛОГА</p> <p>Целью преподавания данной дисциплины является получение студентами знаний: по методологическим основам программного обеспечения; по структуре и функциям программного обеспечения; по роли информационных ресурсов в маркетинге; по автоматизированным системам в маркетинге, их специфике и применению; автоматизация маркетинговой деятельности промышленных предприятий.</p> <p>Основными задачами дисциплины является: ознакомление студентов с основами проектирования и использования систем управления баз данных; знакомство с локальными и глобальными вычислительными сетями; развитие навыков использования полученных знаний.</p> <p>Студенты, изучив дисциплину должны иметь представление о современных информационных системах и программном обеспечении; о средствах защиты информации.</p>	ОК-16, ОК-17, ПК-17, ПК-20, ПК-34.
	2	<p align="center">РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ</p> <p>Основные понятия реинжиниринга бизнес-процессов. Технология реинжиниринга бизнес-процессов. Информационные технологии, поддерживающие управление бизнес-процессами. Виды и содержание анализа анализ бизнес-процессов. Имитационное моделирование бизнес-процессов.</p>	ОК-5, ОК-8, ОК-16, ОК-17, ПК-8, ПК-35
БЗ.ДВ4	1	<p align="center">ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</p> <p>Организация коммерческой деятельности. Сущность и содержание коммерческой деятельности; классификация субъектов коммерческой деятельности; организация коммерческой деятельности при прямых связях между производителями и потребителями товаров и услуг; коммерческая дея-</p>	ОК-8, ОК-12, ОК-13, ПК-9, ПК-12, ПК-19, ПК-41, ПК-47,

		тельности на рынке, осуществляемая через торгово-посреднические звенья. Роль банков в коммерческой деятельности; организация и техника операций на биржах, аукционах, торгах, ярмарках; техника проведения операций по торговле лицензиями; контракт купли-продажи, его содержание, подготовка и исполнение; особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства, потребительских товаров и услуг.	ПК-49, ПК-50
2		<p>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</p> <p>Целью дисциплины является овладение студентами знаниями и навыками в области практики организации бизнеса. Задачами курса являются: раскрыть сущность, принципы, функции и виды предпринимательской деятельности в сфере коммерции; рассмотреть субъекты и объекты предпринимательской деятельности; выявить внутренние и внешние факторы предпринимательской среды; изучить права и обязанности предпринимателей; изучить особенности организации собственного предприятия; изучить организационные основы управления предпринимательской деятельностью в сфере малого бизнеса; овладеть навыками культуры в области предпринимательства.</p>	ОК-8, ОК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-19, ПК-35, ПК-40, ПК-45, ПК-48
БЗ.ДВ5 1		<p>УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ</p> <p>Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Контроль, оценка и аудит маркетинга.</p> <p>1. Цели освоения учебной дисциплины</p> <p>Целью освоения учебной дисциплины «Управление маркетингом» является формирование компетенций, направленных на овладение студентами знаниями и практическими навыками по управлению маркетинговой деятельностью организации.</p> <p>2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО</p>	ОК-8, ПК-2, ПК-11, ПК-3, ПК-18, ПК-20, ПК-29, ПК-42; ПК-48, ПК-50

		<p>Учебная дисциплина «Управление маркетингом» относится к вариативной части профессионального цикла ООП по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Маркетинг».</p> <p>Курс "Управление маркетингом" находится в тесной логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими дисциплинами вариативной и базовой частей гуманитарного, социального, экономического, математического, естественнонаучного, профессионального циклов ООП - экономической теорией, статистикой, экономикой предприятия, информатикой, менеджментом, основами маркетинга, маркетинговыми исследованиями и др.</p> <p>Освоению учебной дисциплины «Управление маркетингом» как предшествуют дисциплины «Основы маркетинга», «Маркетинг», «Основы международного маркетинга», «Стратегический менеджмент» и др.</p>	
2		<p>ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ</p> <p>Информация, организация и информационные технологии. Информационные системы организации. Прикладное программное обеспечение создания информационных систем на производственном предприятии. Введение в информационные технологии управления. Общая классификация видов информационных технологий и их реализация в промышленности, административном управлении. Модели информационных процессов передачи, обработки, накопления данных. Системный подход к решению функциональных задач и организации информационных процессов. Особенности новых информационных технологий. Модели, методы и средства их реализации. Управление информационными проектами.</p>	ОК-8, ПК-2, ПК-3, ПК-11, ПК-18, ПК-20, ПК-29, ПК-42, ПК-48, ПК-50
БЗ.ДВ6 1		<p>СИСТЕМНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</p> <p>Концепция и инструментарий маркетинга в системе эффективного предпринимательства: теоретические аспекты, сущность, содержание, концепция, особенности применения инструментария маркетинга в системе эффективного предпринимательства. Эволюция маркетингового управления и его системных инструментов. Структура потенциала и использование инструментария маркетинга в деятельности фирм. Маркетинг-микс. Системный Трейд-Маркетинг. Инструменты трейд-маркетинга.</p>	ОК-8, ПК-3, ПК-8, ПК-18, ПК-20, ПК-29, ПК-44; ПК-48, ПК-50
2		<p>СТРАХОВАНИЕ</p> <p>Сущность страхования. Классификация в страховании. Формы проведения страхования. Юридические основы страховых отношений. Нормы Гражданского кодекса РФ, регулирующие вопросы страхования и страховой деятельности на</p>	ОК-8, ОК-12, ПК-9, ПК-18, ПК-19, ПК-30,

	<p>территории России. ведомственные акты и нормативные документы страхового надзора. Основы построения страховых тарифов. Состав и структура тарифной ставки. Общие принципы расчета нетто- и брутто-ставки. Понятие финансовой устойчивости страховщиков. Доходы, расходы и прибыль страховщика. Страховые резервы, их виды. Обеспечение платежеспособности страховой компании. Экономическая работа в страховой компании. Предупредительные мероприятия и их финансирование страховой компанией. Необходимость проведения инвестиционной деятельности. Принципы инвестирования временно свободных средств страховщика. Имущественное страхование (морское, авиационное, грузов, другого имущества юридических и физических лиц, технических рисков, строительно-монтажных рисков, имущественных интересов банков, предпринимательских рисков). Страхование ответственности. Страхование гражданской ответственности владельцев средств транспорта. Страхование профессиональной ответственности. Страхование ответственности перевозчиков. Личное страхование. Характеристика основных подотраслей и видов личного страхования. Личное страхование как фактор социальной стабильности общества. Страховой рынок России. Страховая услуга. Продавцы и покупатели страховых услуг. Страховые посредники. Современное состояние страхового рынка России. Мировое страховое сообщество. Тенденции и перспективы его развития. Проблемы взаимодействия российских и иностранных страховщиков.</p>	<p>ПК-31, ПК-42, ПК-50.</p>
<p>БЗ.ДВ7 1</p>	<p style="text-align: center;">ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА</p> <p>Сущность международного маркетинга. Международная среда. Глобализация экономики и стратегии международного развития. Маркетинговые исследования на мировых рынках. Особенности сегментации. Стратегии выхода на зарубежные рынки. Деятельность транснациональных корпораций (ТНК). Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке. Товарные стратегии в международном маркетинге. Системы товародвижения в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии. Ценообразование в международном маркетинге.</p> <p>Целью освоения учебной дисциплины «Международный маркетинг» является формирование компетенций, направленных на обучение студентов теоретическим основам и практическим методам воздействия на процессы обмена в международной торговле, ознакомление с национальными и куль-</p>	<p>ОК-5, ОК-9, ОК-11, ПК-16, ПК-17, ПК-23</p>

		<p>турными особенностями покупательского поведения и использования инструментов маркетинга для анализа и прогнозирования развития международных рынков, стратегий выхода на внешние рынки и продвижения продукции.</p> <p>Учебная дисциплина относится к профессиональному циклу ООП, его вариативной части и опирается на знания и навыки, полученные студентами в ходе изучения общих социально-экономических дисциплин.</p>	
2		<p>ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</p> <p>Операционный менеджмент и операционная функция в организации. Планирование операций и управление ими. Организация производственного процесса. Стратегии управления производственным процессом.</p> <p>Операционный менеджмент направлен на изучение: теоретических и методических вопросов организации производства на предприятиях; условий и факторов рационального согласования действий работников предприятий при использовании предметов и орудий труда в производственном процессе на основе применения знаний в области техники, экономики и социологии аналитических приёмов и передового опыта, направленных на достижение поставленных целей по выпуску определённых продуктов труда соответствующего качества и количества.</p> <p>Студент должен знать: 1.технические и технологические особенности, принцип действия покупаемого, выпускаемого или продаваемого объекта, разбираться в вопросах унификации, стандартизации, специализации и автоматизации производства и управления; 2. методы организации производства с учётом современных требований научно-технического прогресса; 3. новейшие пути интенсификации производства и повышения эффективности использования мощностей; 4. работу, организацию, планирование инструментального, ремонтного, энергетического и транспортно-складского хозяйства предприятия; 5. вопросы организации материально-технического обеспечения производства и сбыта продукции, технической подготовки производства к выпуску новой продукции и организации технического контроля качества продукции на предприятии; 6. конструкторскую, технологическую и организационно-экономическую подготовку производства.</p>	ПК-8, ПК-9, ПК-11, ПК-18, ПК-22, ПК-26, ПК-39, ПК-40
БЗ.ДВ8 1		<p>ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА</p> <p>Роль и место маркетинга в современной экономике, значение маркетинга для производителей, потребителей и общества в целом; концепции бизнеса, содержание и принципы маркетинговой концепции бизнеса; сущность современной философии</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-20, ПК-29,

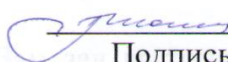
		<p>маркетинга, основные принципы маркетинга; основные понятия маркетинга, взаимосвязь между ними, структурно-логическая схема маркетинговой деятельности компании; структура рыночной среды, виды маркетинговых субъектов и отношений между ними, факторы маркетинговой макросреды, структура внутренней среды компании как фактора маркетинговой деятельности; концепции функционального и интегрированного маркетинга, особенности, содержание и принципы маркетинговой деятельности фирмы; структура процесса маркетинговой деятельности, основные функции маркетинга (аналитическая, креативная, управленческая); их сущность, значение и содержание; структура и содержание комплекса маркетинга: товарная, ценовая, коммуникационная, сбытовая и сервисная политика.</p>	<p>ПК-30, ПК-36, ПК-48</p>
2		<p>ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ Особенности и направления внешнеэкономической деятельности современных предприятий. Основные виды внешнеэкономической деятельности предприятий. Организационные формы внешнеэкономической деятельности. Порядок осуществления внешнеэкономической деятельности. Анализ внешнеэкономической деятельности. Мировая валютная система. Национальная валютная политика. Валютные курсы и факторы, определяющие валютные курсы. Платежный баланс Информационная база международного маркетинга, рынки продукции отрасли, конкурентоспособность товара и предприятия, изучение международных рынков, инструменты международного маркетинга.</p>	<p>ОК-1, ОК-3, ОК-5, ОК-8, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-24, ПК-30, ПК-36, ПК-48</p>
Б.4 Б4.Б.1		<p>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА 1. Цели освоения учебной дисциплины. Целью освоения учебной дисциплины (модуля) ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА является формирование компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для овладения самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья способных обеспечить полноценную социальную и профессиональную деятельность индивида. Физическая культура является учебным циклом основной образовательной программы бакалавриата. Учебный цикл Физическая культура позволяет студенту получить углубленные знания и навыки в части физического самосовершенствования и сохранения здоровья, необходимые для успешной профессиональной деятельности и благополучной жизни. Содержание программы обеспечивает преемственность с программным материалом по физической культуре средней (полной) общеобразовательной и высшей школы.</p>	<p>ОК-22</p>

Приложение 5

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»


**РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета
инженерно-экономического факультета,

 **Гасанова Н.М.**
Подпись ФИО
17 12 2014

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
председатель методического
совета ДГТУ

 **К.А. Гасанов**
Подпись ФИО
10 02 2015

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ОДОБРЕНО: АВТОР ПРОГРАММЫ

Методической комиссией Э.Б. Атуева

направление Б5.Б1. -Учебная практика

для направления 38.03.02 - Менеджмент

по профилю Маркетинг

факультет инженерно-экономический

кафедра маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная курс 1 семестр 2

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зам. зав. кафедрой МиБ

подпись

 **Э.Б. Атуева**

ФИО

Начальник УО


подпись

 **Э.В. Магомаева**

ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 17.12.2014 года, протокол № 5.

Зам. зав. выпускающей кафедрой по направлению 38.03.02. – Менеджмент, профиль «Маркетинг»  Э.Б. Атуева

ОДОБРЕНО:

Методической комиссией
направления 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Маркетинг»
шифр и полное наименование

АВТОР ПРОГРАММЫ:

Э.Б. Атуева., к.э.н., доцент
ФИО уч. степень, ученое звание,



подпись

Председатель МК

 З.Р. Мурадова

Подпись, ФИО

« 14 » 12 2014г.

Махачкала 2015

1. Цели учебной практики

Целями учебной практики являются: формирование у обучающихся прочных знаний, полученных по фундаментальным дисциплинам в процессе теоретического обучения; закрепление, расширение, систематизация и обобщение теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин; формирование, развитие и накопление специальных навыков научно-исследовательской работы, а также подготовка обучающихся к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин; углубление и закрепление теоретических знаний студентов по общим вопросам деятельности предприятий. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа студентов.

2. Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются:

- ознакомление студентов с основами организации трудовой деятельности по избранному профилю, документооборотом, распределением обязанностей, должностными инструкциями, правилами ведения отчетности;
- ознакомление с культурой труда, этикой сотрудника, соблюдением требований охраны труда;
- сбор материалов (нормативных документов, учебных и аналитических материалов, статистических данных) в рамках выбранной темы исследования;
- анализ и систематизация собранных материалов и показателей;
- расчет показателей, характеризующих объекты и субъекты исследования;
- приобщение студентов к аналитической работе на основе выполнения комплексных целевых заданий под руководством преподавателя, способствующих более глубокому пониманию и освоению будущей профессиональной деятельности;
- изучение техники безопасности, санитарно-гигиенических условий труда и противопожарных мероприятий при работе с использованием современных информационных технологий;
- закрепление практических навыков, знаний и умений, полученных в процессе обучения в вузе.

3. Место учебной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиль «Маркетинг»

Практика является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Практика проводится в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в федеральной части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

Учебная практика предусмотрена ФГОС ВО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 - «Менеджмент». Продолжительность учебной практики 2 недели (3 ЗЕТ/ 108 часов).

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и учебная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Учебная практика бакалавра базируется на освоении следующих циклов (разделов) ООП и дисциплин.

Б.1.-Гуманитарный, социальный и экономический цикл: *История, История Дагестана, Философия, Иностранный язык, Правоведение, Институциональная экономика, Этика и культура руководителя*

В результате изучения данного цикла студент должен:

знать:

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;
- основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления;
- основные макро- и микроэкономические показатели;
- основные нормативные правовые документы;

уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;

владеть:

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии;
- навыками литературной и деловой письменной и устной речи;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;

Б.2. - Математический и естественнонаучный цикл: *Математика, Информатика, информационные технологии в менеджменте, Основы эконометрики, Современные тенденции и закономерности развития социально-экономических систем.*

В результате изучения данного цикла студент должен:

знать:

- основы математики, необходимые для решения экономических задач;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- закономерности развития социально-экономических систем.

уметь:

- использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- применять математические методы для решения экономических задач;
- выявлять тенденции развития социально-экономических систем.

владеть:

- математическими, методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.

Б.3. Профессиональный цикл: *Безопасность жизнедеятельности.*

В результате изучения данного цикла студент должен:

знать:

- организация безопасности жизнедеятельности на современном этапе;

уметь:

- обеспечивать безопасность жизнедеятельности в конкретных сложившихся ситуациях;

владеть:

- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- основными методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий катастроф, и стихийных бедствий.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин математического и естественно-научного цикла: «Статистика», «Основы математического моделирования социально-экономических процессов», а также дисциплин профессионального цикла: «Экономика предприятия», «Малые предприятия в современном бизнесе», «Организация коммерческой деятельности», «Основы маркетинга».

4. Формы проведения учебной практики

Основной формой учебной практики для бакалавров направления подготовки 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг» является непосредственное участие студента в организационном процессе одного из подразделений предприятий/учреждений разных форм собственности и различных организационно-правовых форм. Выбор «сквозного» предприятия для учебной практики и последующих производственных практик позволит собрать информацию и провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать в динамике их результаты в контексте целей и задач организации. В ходе организации учебной практики используются, прежде всего, ознакомительные формы работы – экскурсии, беседы и консультации со специалистами и руководителями профильных подразделений предприятия и руководителем практики от университета, а также сбор информации, характеризующей деятельность предприятия.

5. Место и время проведения учебной практики

Базами учебной практики являются: Маркетинговый Центр Дагестан-Москва, ОАО «Махачкалинский мясокомбинат», АО «ЦУМ» и другие организации и предприятия города Махачкалы. Учебная практика проводится согласно графику учебного процесса во втором семестре в течение 2-х недель.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, общекультурные и профессиональные компетенции:

а) общекультурные (ОК):

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19).

б) профессиональные (ПК):

- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30).

7. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетные единицы, что составляет 108 часов. Структура и содержание учебной практики представлены в таблице 1.

Таблица 1

Структура и содержание учебной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1	Подготовительный этап - закрепление научного руководителя, знакомство практиканта с программой прохождения практики, выдача заданий на практику, инструктаж по технике безопасности.	2	2	8	Ведомость инструктажа по ТБ, задание на практику
2	Ознакомительный этап - знакомство практиканта с историей создания и уставом организации, ознакомление с трудовым распорядком, изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта, организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников т.п., сбор материала для исследования. Ознакомительная лекция по организации научно-исследовательской работы.	2	2	8	Дневник по практике

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6
3	Аналитический этап - проведение необходимых расчетов по теме исследования, анализ собранных материалов, обсуждение с руководителем проделанной части работы Научно-исследовательская работа – сбор информации по теме научного исследования	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	Отчетный этап - обработка и анализ полученной информации, выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений, подготовка и оформление отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, дневник
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика
	ИТОГО	6	24	78	

Примечание: к видам учебной работы на учебной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике

Во время прохождения учебной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 30 процентов аудиторных занятий, что соответствует 9 часам.

В процессе учебной практики студентами изучаются и отражаются в отчетах по практике нижеследующие основные группы вопросов деятельности предприятий в сфере производственной деятельности: основные цели и виды деятельности предприятия (история создания и развития предприятия; организационно-правовая форма предприятия и формы собственности; основные цели, задачи, виды деятельности предприятия; вид предприятия; перспективы развития предприятия; место предприятия на рынке товаров и услуг (устойчивость и конкурентоспособность), а также организационно-технологические аспекты: структура подразделений предприятия, основные функции подразделений, состав кадров и их должностные обязанности, информационные системы управления.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике

Для самостоятельной работы в период прохождения учебной практики студенты должны использовать следующие учебно-методические материалы:

1. Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дагестанский государственный технический университет».
2. Методические указания и программа прохождения учебной практики студентами направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль – «Маркетинг» / Сост. Э.Б. Атуева, С.А. Кадилова. – Махачкала: ДГТУ, 2012.
3. Основная и дополнительная учебная литература.
4. Формы отчетной документации по практике (договоры, дневники, отзывы руководителя). Перед прохождением практики студенты получают на кафедре маркетинга и бизнеса методические рекомендации.

9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:

1. Виды и модели экономических систем
2. Методы измерения процессов в социально-экономических системах
3. Законы естественно-исторического развития социально-экономических систем.
4. Неустойчивость денежных форм измерения развития в социально-экономических системах.
5. Система показателей, характеризующих устойчивое развитие социально-экономических систем.
6. Мировая экономика: сущность, основные этапы формирования и современные тенденции развития
7. История экономических систем
8. Классификация экономических систем: типы
9. Понятие, сущность и структура экономической системы общества
10. Современные экономические системы: классическая рыночная, командная и смешанная экономика
11. Закономерности развития экономических систем. Формационный и цивилизационный подходы
12. Проблемы формирования экономической системы России.
13. Современные классификации экономических систем (традиционная, рыночная, командная, смешанная), их общая характеристика и сравнительный анализ
14. Типы и модели экономических систем
15. Понятие неопределенности экономических систем и подходы к ее оценке

16. Современная экономическая система и тенденции ее развития в начале третьего тысячелетия
17. Новые тенденции в эволюции собственности
18. Основные закономерности развития экономической системы в конце XX — начале XXI в
19. Цикличность развития экономики.
20. Современные тенденции формирования экономических структур
21. Информатизация экономики
22. Инструменты денежно-кредитного регулирования экономики.
23. Потребительский выбор.
24. Формирование спроса и предложения.
25. Понятие и виды конкуренции.
26. Виды и формы собственности.
27. Сущность и функции денег.
28. Производственные фонды предприятия.
29. Субъекты и объекты предпринимательства.
30. Формирование издержек производства.
31. Финансовый результат предприятия.
32. Стоимость, цена и предложение.
33. Инвестиции и инвестиционная политика государства.
34. Оборотные средства предприятия.
35. Показатели и виды инфляции.
36. Финансовые функции современного государства.
37. Налоговая система Российской Федерации.
38. Сущность и направления экономической политики государства.
39. Мировая валютная система и этапы ее развития.
40. Развитие предпринимательства в РФ.
41. Исторические этапы развития экономической мысли.
42. Пути выхода из экономического кризиса.
43. Россия и ВТО.

9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.

1 этап

1. Ознакомление с программой учебной практики
2. Правила техники безопасности.

2 этап

1. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта
2. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
3. Сбор материала по теме исследования

3 этап

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

4 этап

1. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений

2. Подготовка и оформление отчета по практике

5 этап

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

По итогам учебной практики студент представляет руководителю отчетную документацию: дневник; отзыв от принимающей организации о прохождении практики; отчет, состоящий из разделов, соответствующих календарному плану прохождения практики.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений.

Защита отчета по практике проходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

Отчет по учебной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки. По итогам аттестации практики, отражающей уровень знаний и квалификации студента, выставляется дифференцированная оценка. При оценке итогов работы студента на практике также учитывается качество ответов на вопросы в ходе защиты отчета.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

- оценка «отлично» – выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия – базы практики; изложил в отчете в полном объеме вопросы по всем разделам практики; во время защиты отчета правильно ответил на все вопросы руководителя практики от института;

- оценка «хорошо» – выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия – базы практики; в отчете в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от вуза;


- оценка «удовлетворительно» – выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике или в отчете не в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от вуза;

- оценка «неудовлетворительно» – выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте базы практики или не выполнившего программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите отчета.

Зарегистрированные и защищенные дневники и отчеты хранятся на кафедре в течение трех лет в соответствии с номенклатурой дел.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Зав. библиотекой



Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
а) Основная						
1.	СРС	Основы предпринимательской деятельности для молодёжи : пособие / Комитет по развитию МиСП РД.	-	Махачкала : Домпресс, 2011; 2012	3 9	30
2.	ТО	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения [http://ibooks.ru/reading.php?productid=26271]	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
3.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов	Алексунин В.А. и др.	М. : Дашков и К, 2009.	15	1
4.	СРС	Экономика и управление малым бизнесом : учеб. пособие	сост. Шабанов М.Г., Атуева Э.Б.	ГОУ ВПО "ДГТУ". - Махачкала : [ДГТУ], 2009.	12	30
5.	СРС	Маркетинг: учебник для вузов	Годин, Александр Михайлович	М. : Дашков и К, 2009.	34	1
б) Дополнительная						
6.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	-	1
в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:						
7.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: http://www.fepo.ru				

1.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации www.правительство.рф				
2.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – www.minfin.ru .				
3.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – www.gks.ru .				
4.		www.gpntb.ru/ Государственная публичная научно-техническая библиотека				
5.		www.nlr.ru/ Российская национальная библиотека.				
6.		www.nns.ru/ Национальная электронная библиотека				
7.		www.rsl.ru/ Российская государственная библиотека.				

12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

МТО включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет;
- аудитория – методический кабинет кафедры маркетинга и бизнеса 424, оборудованный проекционной техникой.

На ИЭФ Дагестанского государственного технического университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ПрОП ВО по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Рецензент от выпускающей кафедры
по направлению 38.03.02- Менеджмент,
директор АНО ММЦ «Дагестан-Москва

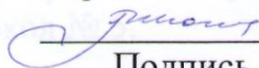


А.К. Абдурашидова

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»


**РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета
инженерно-экономического факультета,

 **Гасанова Н.М.**
Подпись ФИО
17 12 2014


УТВЕРЖДАЮ

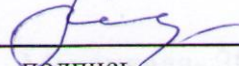
Проректор по учебной работе,
председатель методического
совета ДГТУ

 **К.А. Гасанов**
Подпись ФИО
10 02 2015

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ - 1


Б5.Б2 - Производственная практика
для направления 080200.62 - Менеджмент
по профилю Маркетинг
факультет инженерно-экономический
кафедра маркетинга и бизнеса
Квалификация выпускника (степень) бакалавр
Форма обучения очная, заочная курс 2 семестр 4
Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели
Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зам. зав. кафедрой МиБ  **Э.Б. Атуева**
подпись ФИО

Начальник УО  **Э.В. Магомаева**
подпись ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 080200.62. – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг»


Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 17.12.2014 года, протокол №5.

Зам. зав. выпускающей кафедрой по направлению 080200.62. – Менеджмент
профилю «Маркетинг»  Э.Б. Атуева

ОДОБРЕНО:

Методической комиссией
направления 080200.62 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
шифр и полное наименование

Председатель МК

 Председатель МК

З.Р. Мурадова

Подпись, ФИО

«__» _____ 2015г.

АВТОР ПРОГРАММЫ:

Э.Б. Атуева, к.э.н., доцент
ФИО уч. степень, ученое звание,



подпись

1. Цели производственной практики

Цель производственной практики состоит в закреплении и углублении компетенций, достигнутых студентами в процессе обучения, овладение системой профессиональных умений и компетенций и первоначальным опытом профессиональной деятельности по направлению обучения.

Цели производственной практики коррелируют с целями настоящей ООП по формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки и развитию у студентов личностных качеств.

Подцелями производственной практики бакалавра по направлению 080200.62 «Менеджмент» профилю «Маркетинг» являются:

углубление практических умений и навыков в реальной экономической среде на основе теоретических знаний, полученных при изучении курсов «Основы маркетинга», «Малые предприятия в современном бизнесе», «Теория менеджмента», «Организация коммерческой деятельности»; «Организационное поведение», «Экономика предприятий (фирмы)», «Основы биржевой торговли».

разработка методического раздела программы исследования как составной части задания производственной практики;

проведение исследования в соответствии с разработанной программой;

приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности;

сбор необходимых материалов для написания отчета по производственной практике путем непосредственного участия студента в деятельности производственной организации;

приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

2. Задачи производственной практики

Задачи производственной практики определяются видами и задачами профессиональной деятельности. В настоящем разделе приведен полный перечень задач производственной практики. Для прохождения производственной практики руководителем производственной практики формируется круг задач производственной практики бакалавра, необходимый для достижения целей по производственной практике.

Выполнение задач производственной практики направлено на:

закрепление практических навыков, знаний и умений, полученных студентами в процессе обучения по профилирующим дисциплинам вариативной части и формирование необходимых компетенций в соответствии с ФГОС ВПО;

сбор необходимого материала для курсовых и научно-исследовательских работ;

изучение текущей, практической деятельности маркетологов и менеджеров на предприятиях, в организациях, учреждениях.

Полный перечень задач производственной практики бакалавра по направлению 080200.62 – Менеджмент, профиль «Маркетинг» в соответствии с видами профессиональной деятельности:

задачи в сфере организационно-управленческой деятельности:

изучение организация службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех структур предприятия;

ознакомление с разработкой и реализацией корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой и т.д.);

изучение организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

участие в организации и проведении маркетинговых исследований;

освоение методов мотивации и стимулирования персонала службы маркетинга организации.

участие в создании системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж);

участие в организации системы товародвижения и продаж, управление каналами распределения;

изучение методов повышения эффективности общественно-полезной деятельности предприятия (организации).

задачи в сфере информационно-аналитической деятельности:

участие в организации и проведении комплексных исследований товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;

ознакомление с проведением финансово-экономического анализа функционирования предприятия;

освоение методов изучения конъюнктуры рынка, характеризуемой уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объемами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления;

освоение методов сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

изучение в реальных рыночных условиях методов выбора по определенным критериям наиболее перспективных целевых рынков, проведения сегментации рынков и выбора целевых сегментов, изучения поведения потребителей и способов воздействия на него, измерения удовлетворенности потребителей, выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;

изучение и освоение методов анализа внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;

изучение технологии информационного обеспечения маркетинговой деятельности, создания и ведения баз данных, построения маркетинговой информационной системы организации для сбора информации с целью принятия управленческих решений, планирования деятельности и контроля;

освоение прикладных методов проведения маркетингового аудита рынка - комплексного анализа рынка, рыночной среды, конкурентов, предприятия (в том числе проведение анализа конкурентной среды с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота и скорости реализации, прибыли от продажи, измерения потенциала конкурентоспособности, факторов, влияющих на сбыт, ресурсов предприятия и конкурентов; а также анализ рыночных тенденций, емкости рынка, сегментов, поведения и лояльности потребителей и др.)

изучение методик проведения сегментации, аудита рынка (комплексного анализа рынка, рыночной среды, конкурентов, предприятия), разработки позиционирования товара и предприятия, комплекса маркетинга, конкурентной стратегии, программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами;

задачи в сфере предпринимательской деятельности:

- участие в поиске и разработке идей по созданию нового товара;
- участие в разработке концепций и рекомендаций по организации производства новых товаров;
- участие в поиске, генерации и формулировке новых бизнес-идей;
- участие в оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности;
- участие в разработке и реализации бизнес-планов создания нового и развития существующего бизнеса;
- участие в организации предпринимательской деятельности.

3. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Практика студентов по направлению 080200.62 - «Менеджмент» является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Практика проводится в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части Федеральных государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров по направлению 080200.62 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по профилю «Маркетинг». Производственная практика позволяет профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 080200.62 - «Менеджмент» Продолжительность производственной практики 4 недели (4 и 6 семестры - 6 ЗЕТ/ 216 часов), из них в 4 семестре 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов.

Производственная практика бакалавра базируется на основании следующих циклов (разделы) ООП, предметов, курсов, дисциплин:

Гуманитарный, социальный и экономический цикл, дисциплины: основы социального государства, деловой иностранный язык, институциональная экономика.

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

знать:

основные понятия и модели микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;

основные нормативные правовые документы;

уметь:

ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;

проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели;

использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации);

использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;

владеть:

экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства;
 навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
 навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики, маркетинга и бизнеса.

Математический и естественнонаучный цикл, дисциплины: математика, статистика, информационные технологии в менеджменте, информационные технологии в маркетинге, основы математического моделирования социально-экономических процессов, социально-экономическая география и регионалистика.

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

знать:

основные математические модели принятия решений;
 основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
 основы социально-экономической географии и регионалистики.

уметь:

решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений;
 обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
 применять информационные технологии для решения управленческих задач;
 осознавать процессы, происходящие в разнообразной социально-экономической и региональной среде;

владеть:

математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
 программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;
 знаниями в области социально-экономического устройства регионов.

Профессиональный цикл, дисциплины: теория менеджмента: история управленческой мысли, организационное поведение; основы маркетинга, основы биржевой торговли, экономика предприятия (фирмы), малые предприятия в современном бизнесе, организация коммерческой деятельности.

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен:

знать:

принципы развития и закономерности функционирования организации;
 типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
 принципы организации системы управления финансами в компании;
 основы маркетинга в компании;
 основные задачи и экономические показатели деятельности предприятия;
 особенности и направления функционирования малых предприятий в современной экономике;
 факторы, влияющие на положение компании на рынке;
 финансовые инструменты, используемые в практике деятельности российских компаний;

уметь:

анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;

рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности;
 проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
 проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации маркетинговой деятельности предприятия.

владеть:

методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
 методами управления операциями;
 методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
 методами оптимизации структуры капитала и оборотных активов мотивации;
 навыками деловых коммуникаций.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин профессионального цикла: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Теория менеджмента» (продолжение курса), «Теория организации», «Учет и анализ», «Управление проектами», «Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка», «Основы международного маркетинга».

4. Формы проведения производственной практики

Основной формой учебной практики для бакалавров направления подготовки 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг» является непосредственное участие студента в организационном процессе одного из подразделений предприятий/учреждений разных форм собственности и различных организационно-правовых форм. Выбор «сквозного» предприятия для производственной практики позволит собрать информацию и провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать в динамике их результаты в контексте целей и задач организации.

Формой проведения производственной практики является активная практика на предприятиях и организациях, в ходе которой студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

Производственной практикой студента руководят руководители от ДГТУ и руководители практикой от организации.

Руководитель практики от ДГТУ перед ее началом консультирует студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов, один раз в неделю посещает базы практики и оказывает студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики, ведет учет выхода студентов на практику, знакомит руководителей практики от организации с программой производственной практики и методикой ее проведения, требованиями к студентам-практикантам и критериями оценки их работы во время практики, изучает вопрос о наличии вакансий с целью дальнейшего трудоустройства выпускников университета.

Руководитель практики от предприятия организует прохождение практики студентом: знакомит с организацией маркетинговой деятельности; с охраной труда; помогает выполнить все задания и консультирует по вопросам практики; проверяет ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики; осуществляет постоянный контроль за практикой студентов; кроме того, составляет характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

По согласованию с руководителями практики студент (или группа студентов) может получить индивидуальное задание на период производственной практики, увязанное с решением конкретных задач, стоящих перед организацией или связанных с научно-исследовательской работой кафедры.

5. Место и время проведения производственной практики

Производственная практика проводится согласно графику учебного процесса в 4-м семестре на 2 курсе. Продолжительность практики – 2 недели. Производственная практика является важным этапом обучения в бакалавриате и проводится для сбора, систематизации, обобщения материалов для подготовки бакалаврской работы.

Объектами прохождения производственной практики могут быть предприятия и учреждения различных форм собственности и правового статуса, объединения, ассоциации, союзы и т.д. Объекты практики соответствуют направлению, профилю подготовки и содержанию производственной практики и позволяют осуществлять маркетинговую деятельность, предусмотренную программой. Базами учебной практики являются: Маркетинговый Центр Дагестан-Москва, ОАО «Махачкалинский Мясокомбинат» и другие организации и предприятия города Махачкалы. Объект практики устанавливается кафедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

Производственная практика студентов должна проходить в одном из подразделений предприятия (организации, учреждения), выполняющего экономические, плановые, организационные или управленческие функции, или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики. При прохождении практики студенты выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте: заместителя директора по маркетингу, начальника отдела маркетинга, специалиста по маркетингу и др.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных:

владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);

умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);

владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);

способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);

б) профессиональных (ПК):

способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);

способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);

готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
знанием различных структур рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);
способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);
способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

7. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц - 216 часов, из них в 4 семестре – 2 недели (3 зачетные единицы – 108 часов).

Студент в период прохождения производственной практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, ознакомиться с аналитической информацией, собрать и подготовить иллюстративный материал.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий.

Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу фирм, организаций и предприятий.

За время прохождения практики студенты должны собрать сведения о предприятии по следующим основным направлениям:

I. Общая характеристика предприятия:

история развития предприятия;
изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;
организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала;

Структура и содержание производственной практики-1

	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	Подготовительный этап: Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	2	2	8	Запись в дневнике практики
2	Производственный этап: Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
3	Аналитический этап: Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике,	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	Отчетный этап: Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	ИТОГО	6	24	78	

Примечание: к видам учебной работы на производственной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности, мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического, литературного и статистического материала, наблюдения, измерения и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

информация об ассоциированных членах или финансируемых компаниях (если предприятие входит в состав какой-либо группы), о действующих соглашениях с другими фирмами;

цели, задачи, миссия предприятия;

степень механизации и автоматизации производства и процессов управления;

уровень специализации, кооперирования и концентрации производства;

производственная структура предприятия (технологический аспект);

стратегия и тактика управления предприятием;

уровень организационной культуры;

вопросы организации делопроизводства: тип и объем документации (договоры, заказы, счета, накладные, заявления, расписки, чеки, претензии и др.);

вопросы безопасности, касающиеся защиты жизни работающих, коммерческой информации о клиентах, продукции и торгово-технологических процессах, прибыли, объемах реализации, а также сохранности товаров и имущества, доступа к компьютерам и перспективным планам фирмы, соблюдения санитарных правил.

II. Анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия за последние три года, ценообразование:

основные показатели по производству,

показатели по труду и заработной плате,

эффективность использования основных фондов,

эффективность использования оборотных средств,

уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,

факторы, определяющие решения по ценам;

определение цен на новые изделия;

ценовая политика, ценовые стратегии.

III. Организационная структура службы маркетинга и управление маркетингом на предприятии:

организационная структура управления маркетинговой деятельностью предприятия;

характер организационных отношений между структурными подразделениями;

задачи службы маркетинга;

система организации службы маркетинга;

профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;

процесс подбора кадров руководителей и специалистов;

система материального и морального стимулирования;

функции управленческого персонала службы маркетинга;

требования, предъявляемые, к работникам службы маркетинга, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;

система работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.).

система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;

эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия. Студент должен обосновать основные мероприятия по совершенствованию организационной структуры службы маркетинга предприятия.

IV. Информационно-аналитическая деятельность:

задачи и механизм действия системы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;

анализ маркетинговой среды фирмы;
 структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
 массивы информации;
 коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);
 характеристика общей схемы информационных потоков в организации;
 информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
 средства передачи и преобразования информации;
 механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;
 сегментация рынка и выбор целевых сегментов;
 изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;
 изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

V. Товарно-производственная деятельность:

принципы планирования и формирования товарной политики;
 управление качеством товара;
 стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
 инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.
 ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
 анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;
 характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);
 характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;
 потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;
 санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;
 номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;
 структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;
 широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.
 стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;
 организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием;
 требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

VI. Сбытовая деятельность предприятия:

разработки стратегий сбыта;
 выбора каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж;
 изучение рынка сырья и материалов;
 разработка плана закупок материальных ресурсов;
 организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика;
 условия поставки материальных ресурсов;
 формы расчетов при закупке материальных ресурсов.

планирование сбыта продукции;
 организация оперативно-сбытовой работы;
 характеристика основных покупателей продукции предприятия;
 фирменная сеть предприятия.

VII. Коммуникационная деятельность предприятия:

планирование продвижения товара на рынке;
 коммуникационная политика фирмы;
 стратегия и тактика фирмы в области рекламы и ее эффективность;
 инструменты стимулирования сбыта;
 создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта;
 организация связей с общественностью.

В производственную практику могут быть включены следующие индивидуальные задания:

провести маркетинговое исследование рынка с целью получения информации для принятия управленческих решений;
 провести анализ конкурентной среды предприятия с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации и других факторов;
 выявить требования потребителей к качественным характеристикам товаров (услуг), которые производит данное предприятие; определить формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
 предложить варианты идей по организации производства новых товаров (услуг) для данного предприятия, обосновать их;
 провести анализ каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж, существующих на данном предприятии. Разработать рекомендации по их совершенствованию;
 провести оценку политики ценообразования на данном предприятии. Предложить мероприятия по ее совершенствованию;
 разработать систему мероприятий по формированию коммуникационной политики предприятия;
 разработать предложения по совершенствованию деятельности службы (отдела) маркетинга на предприятии. Отразить роль службы маркетинга в деятельности предприятия и показать ее взаимосвязь с другими функциональными подразделениями;
 разработать мероприятия по повышению эффективности продаж товаров (услуг) на предприятии;
 разработать проект рекламной кампании (новой) продукции предприятия.

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике

В процессе прохождения практики должны применяться следующие научно-исследовательские и научно-производственные технологии: наблюдение, беседа, сбор, первичная обработка, систематизация и анализ материалов, описание полученного на практике опыта в отчете по практике.

Во время прохождения производственной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обуче-

ния, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 30 процентов аудиторных занятий, что соответствует 9 часам.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике

Для самостоятельной работы в период прохождения учебной практики студенты должны использовать следующие учебно-методические материалы:

Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дагестанский государственный технический университет».

Методические указания и программа прохождения производственной практики студентами направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль – «Маркетинг» / Сост. Э.Б. Атуева, Т.А. Камалова. – Махачкала: ДГТУ, 2013.

Основная и дополнительная учебная литература.

Формы отчетной документации по практике (договоры, дневники, отзывы руководителя). Перед прохождением практики студенты получают на кафедре маркетинга и бизнеса методические рекомендации.

9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:

Объясните, как организован контроль качества товаров и услуг на конкретном предприятии и его влияние на увеличение объема продаж?

Какое подразделение организует и кто осуществляет приемку товаров по количеству и качеству, ее учет?

Охарактеризуйте элементы системы управления товародвижением, его учет и методы оптимизации, мероприятия по сокращению потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов.

В каких видах работ по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии Вы принимали участие на практике?

Каков порядок проведения инвентаризации, определения и списания потерь на предприятии?

Какие технологии и технические средства применяют для сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью?

Какими методами изучают и прогнозируют спрос потребителей на определенных сегментах рынка;

Какие документы для ведения коммерческой деятельности составляют в организации, и какие методы проверки правильности ее оформления используют на практике?

Какими федеральными законами и нормативными документами, а также требованиями, установленными техническими регламентами, стандартами, положениями договоров пользуется персонал маркетинговых служб?

Какие критерии применяют руководители маркетинговых служб при выборе деловых партнеров, кто проводит деловые переговоры, заключает договора на взаимовыгодной основе и осуществляет контроль за выполнением договоров?

Рассмотрите методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг в организации.

Как осуществляется выбор и реализация стратегии ценообразования?

Охарактеризуйте систему организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров?

Какие пути повышения качества торгового обслуживания потребителей Вы предлагаете для конкретной организации?

Каковы процедура управления товарными запасами и методы их оптимизация?

Каковы методы управления персоналом подразделений маркетинговой службы в данной организации?

Какова схема анализа и показателей оценки маркетинговой деятельности принята к конкретной организации?

Каковы организационная структура маркетинговой службы конкретной организации и функции ее персонала?

Научно-исследовательская деятельность (по заказу организации):

Опишите содержание работ по организации, проведению исследований маркетинговой деятельности и оценке их эффективности.

Дайте характеристику результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой.

В разработке каких инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности Вы принимали участие?

9.2. Задания для проведения аттестации по разделам (этапам) практики.

1 этап

1. Ознакомление с программой производственной практики
2. Правила техники безопасности.

2 этап

Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта

Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.

Сбор материала по теме исследования

3 этап

1. Проведение необходимых расчетов по теме исследования.
2. Анализ собранных материалов
3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем.

4 этап

Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений

Подготовка и оформление отчета по практике

5 этап

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

Контрольные вопросы формулируются в соответствии с выбранной темой научно-исследовательской работы практикантов.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики.

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой, результаты анализа, выводы и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Отчет по производственной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки.

К отчету прилагается дневник прохождения производственной практики на предприятии, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная студентом в процессе изучения маркетинговой деятельности на предприятии. В дневнике должна быть дана характеристика на студента, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью.

Отчет, допущенный к защите, защищается студентом перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры, а также с приглашением представителей предприятий и организаций.

Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

Студент, не выполнивший программу производственной практики, получивший отрицательную характеристику о своей работе на предприятии или не показывающий знания при защите отчета на кафедре получает неудовлетворительную оценку.

По результатам производственной практики проводится студенческая конференция для обобщения опыта маркетинговой деятельности на предприятиях, различающихся хозяйственной деятельностью и характером совершаемых коммерческих операций.

На основании понравившихся результатов защиты отчетов по производственной практике представители организаций могут сделать заявку на проведение научных исследований по темам выпускных квалификационных работ на своих предприятиях.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Зав. библиотекой

Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
а) Основная						
1.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
2.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
3.	СРС	Экономика предприятия : учебник для вузов / [- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование).	И.Э. Берзинь [и др.]; под ред. С.Г. Фалько	М. : Дрофа, 2006. .	100	1
4.	ТО	Экономическая теория : учебник	Николаева И.П.	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.	1	1
5.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Маркова В.Д.	М.: Омега-Л, 2007.	1	1
10.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009.	1	1
11.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
13.	СРС	Маркетинг менеджмент. ibooks.ru	Котлер Ф., Келлер К. Л.	СПб. : Питер, 2007	-	2
14.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов	Алексунина В.А.	М. : Дашков и К, 2009.	15	3
б) Дополнительная						
12.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	-	1

11.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2002.	3	1
12.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие	Панкрухин Д.П.	М.: ИНФРА-М, 2009.	1	1
13.	СРС	Маркетинг: практика проведения исследования	Лашкова Е.Г.	М.: Академия, 2008.	15	1
14.		Маркетинговые исследования: Учеб. пособие	Дубровин И.А.	М.: Дашков и К, 2009. – 496 с.	10	1
в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:						
15.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: http://www.fepo.ru				
16.	СРС	ibooks.ru				
17.	СРС	www.e.lanbook.com .				
18.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации www.правительство.рф				
19.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – www.minfin.ru .				
20.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – www.gks.ru .				
21.	СРС	www.gpntb.ru/ Государственная публичная научно-техническая библиотека				
22.	СРС	www.nlr.ru/ Российская национальная библиотека.				
23.	СРС	www.nns.ru/ Национальная электронная библиотека				
24.	СРС	www.rsl.ru/ Российская государственная библиотека.				
25.	СРС	www.nta-rus.com - Национальная Торговая Ассоциация				
26.	СРС	www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал				
27.	СРС	www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга				
28.	СРС	www.ime-link.ru - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
29.	СРС	www.4p.ru - маркетинг				
30.	СРС	www.marketolog.ru - маркетинголог				
г) Периодические издания:						
31.		Журнал «Практический маркетинг»				
32.		Бизнес-образование				

33.	Маркетинг				
34.	Проблемы теории и практики управления				
35.	Российский журнал менеджмента				
36.	Маркетинг и маркетинговые исследования				

12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

МТО включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет;
- аудитория – методический кабинет кафедры маркетинга и бизнеса 424, оборудованный проекционной техникой.

На ИЭФ Дагестанского государственного технического университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрОП ВПО по направлению и профилю подготовки 080200.62 - Менеджмент профилю «Маркетинг»

**Рецензент от выпускающей кафедры
по направлению 38.03.02- Менеджмент,
директор АНО ММЦ «Дагестан-Москва**

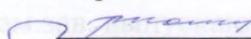


А.К. Абдурашидова

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический университет»

**РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета
инженерно-экономического факультета,

 **Гасанова Н.М.**

Подпись 17 ФИО 12 2014

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
председатель методического
совета ДГТУ

 **К.А. Гасанов**

Подпись 10 ФИО 02 2015

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ - 2

Б5.Б2 - Производственная практика

для направления 080200.62 - Менеджмент

по профилю Маркетинг

факультет инженерно-экономический

кафедра маркетинга и бизнеса

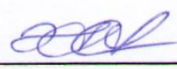
Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная курс 3 семестр 6

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 3 ЗЕТ (108 часов)

Зам. зав. кафедрой МиБ


подпись

Э.Б. Атуева

ФИО

Начальник УО

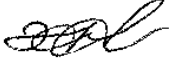

подпись

Э.В. Магомаева

ФИО


Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению 080200.62. – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг»

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 17.12.2014 года, протокол № 5.

Зам.зав. выпускающей кафедрой по направлению 080200.62. – Менеджмент
профилю «Маркетинг»  **Э.Б. Атуева**

ОДОБРЕНО:

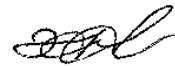
Методической комиссией
направления
080200.62 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
шифр и полное наименование

 **Председатель МК**
З.Р. Мурадова
Подпись, ФИО

Подпись, ФИО

АВТОР ПРОГРАММЫ:

Э.Б. Атуева., к.э.н., доцент
ФИО уч. степень, ученое звание,



« ___ » _____ 2015г.

8. Цели производственной практики

Целями проведения производственной практики студентов по профилю «Маркетинг» являются:

- закрепление знаний и навыков, полученных в процессе обучения;
- изучение особенностей и проблем маркетинговой деятельности конкретной организации;
- сбор, систематизация, обобщение материалов для последующего написания выпускной квалификационной работы бакалавра по предварительно выбранной теме.

Цели производственной практики коррелируют с целями настоящей ООП по формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки и развитию у студентов личностных качеств.

9. Задачи производственной практики

Задачи производственной практики определяются видами и задачами профессиональной деятельности. Для прохождения производственной практики руководителем практики совместно с руководителем дипломного проекта формируется круг задач производственной практики бакалавра.

Выполнение задач производственной практики направлено на:

- закрепление практических навыков, знаний и умений, полученных студентами в процессе обучения по профилирующим дисциплинам вариативной части и формирование необходимых компетенций в соответствии с ФГОС ВПО;
- сбор необходимого материала для курсовых и научно-исследовательских работ;
- сбор, обобщение и анализ материалов для выполнения выпускной квалификационной работы;
- изучение текущей, практической деятельности маркетологов и менеджеров на предприятиях, в организациях, учреждениях.

10. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент профиль «Маркетинг»

Практика студентов по направлению 080200.62 - «Менеджмент» является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Практика проводится в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в части Федеральных государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики.

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО, ООП и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 080200.62 - «Менеджмент». Продолжительность производственной практики 4 недели (4 и 6 семестры – 6 ЗЕТ/ 216 часов), из них в 6 семестре 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов.

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по направлению. Соответствующие дисциплины и производственная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации менеджмента и маркетинга в бизнесе и корректно интерпретировать полученные результаты.

Производственная практика бакалавра базируется на основании следующих циклов (разделы) ООП, предметов, курсов, дисциплин:

Профессиональный цикл, дисциплины: *теория менеджмента; теория менеджмента (история управленческой мысли, организационное поведение), теория органи-*

зации); маркетинг; учет и анализ; финансовый менеджмент; управление изменениями; инвестиционный анализ; цены и рыночная конъюнктура; маркетинговые исследования; промышленный маркетинг; планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка.

В результате изучения данного цикла дисциплин студент должен *знать*:

- методы реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основы маркетинга в компании;
- принципы организации системы управления финансами в компании;
- цель и задачи финансового менеджера в компании;
- принципы и методы составления финансовой и управленческой отчетности;
- принципы и методы финансового анализа;
- методы оценки эффективности финансово-инвестиционных решений;
- факторы, влияющие на положение компании на рынке;
- финансовые инструменты, используемые в практике деятельности российских компаний;
- методы анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методы оценки стоимости финансовых ресурсов (земного и собственного капитала);
- методы оптимизации структуры капитала;
- методы оптимизации структуры оборотных активов мотивации;
- навыки деловых коммуникаций;
- методики оценки конкурентоспособности товара и предприятия.

уметь:

- разрабатывать программы организационных изменений и оценивать их эффективность;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений в области финансов;
- рассчитывать показатели эффективности капиталовложений предприятия;
- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации финансирования деятельности предприятия;
- разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- принимать маркетинговые решения на основе всестороннего изучения рынка;
- разработать товарную, ценовую, коммуникационную, распределительную политики компании;
- разработать и реализовать маркетинговые инновации;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат и принимать обоснованные управленческие решения в области финансов на основе данных управленческого учета;

- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат и принимать обоснованные управленческие решения в области финансов на основе данных управленческого учета;
- выявлять и оценивать факторы риска, специфические для конкретной сферы деятельности;
- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации маркетинговой деятельности предприятия.

владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- методами управления операциями;
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методами оценки стоимости финансовых ресурсов (земного и собственного капитала);
- методами оптимизации структуры капитала;
- методами оптимизации структуры оборотных активов мотивации;
- навыками деловых коммуникаций.

Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для освоения учебных дисциплин профессионального цикла: «Методы принятия управленческих решений», «Управление человеческими ресурсами», «Стратегический менеджмент», «Корпоративная социальная ответственность», «Учет и анализ», «Основы логистики и управление цепями поставок», «Налоги и налогообложение», «Банковское дело и банковский маркетинг», «Оценка финансовой устойчивости фирмы», «Автоматизированное рабочее место маркетолога», «Управление маркетингом», «Информационное обеспечение производственной системы».

11. Формы проведения производственной практики

Формой проведения производственной практики для бакалавров направления подготовки 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг» является активная производственная практика на предприятиях и организациях. В ходе организации производственной практики используются экскурсии, беседы и консультации со специалистами и руководителями профильных подразделений предприятия и руководителем практики от университета, а также сбор информации, характеризующей деятельность предприятия. Студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

12. Место и время проведения производственной практики

Производственная практика проводится согласно графику учебного процесса в 6-м семестре на 3 курсе. Продолжительность практики – 2 недели. Производственная практика является важным этапом обучения в бакалавриате и проводится для сбора, систематизации, обобщения материалов для подготовки бакалаврской дипломной работы.

Объектами прохождения производственной практики могут быть предприятия и учреждения различных форм собственности и правового статуса, объединения, ассоциации, союзы и т.д. Объекты практики соответствуют направлению, профилю подготовки и содержанию производственной практики и позволяют осуществлять маркетинговую деятельность, предусмотренную программой. Базами производственной практики являются: Маркетинговый Центр Дагестан-Москва, ОАО «Махачкалинский Мясокомбинат» и другие организации и предприятия города Махачкалы. Объект практики устанавливается Афедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

Производственная практика студентов должна проходить в одном из подразделений предприятия (организации, учреждения), выполняющего экономические, плановые, организационные или управленческие функции, или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики. При прохождении практики студенты выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте: заместителя директора по маркетингу, начальника отдела маркетинга, специалиста по маркетингу и др.

13. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных:

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);

б) профессиональных (ПК):

- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментальный стратегического менеджмента (ПК-15);
- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
- владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);
- способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);
- способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

- умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

14. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц – 216 часов, из них в 4 семестре – 2 недели, в 6 семестре – 2 недели (по 3 зачетные единицы – 108 часов). Структура и содержание производственной практики представлена в таблице 1.

Студент в период прохождения производственной практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, ознакомиться с информацией по теме дипломного проекта, собрать и подготовить иллюстративный материал.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий.

Таблица 1

Структура и содержание производственной практики-2

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах) – 3 ЗЕТ (108 часов)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Практическая работа	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1	Подготовительный этап: Ознакомление с организацией (предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.	2	2	-	Запись в дневнике практики
2	Производственный этап: Выполнение производственных заданий, сбор аналитического материала по теме выпускной квалификационной работы: исследование хозяйственной, операционной и финансовой деятельности, проведение маркетингового анализа, обработка и систематизация фактического и литературного материала	6	16	8	дневник по практике

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6
3	Аналитический этап: Обобщение собранного материала, разработка рекомендаций по совершенствованию и развитию предприятия, подготовка отчета по практике	2	16	20	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	Отчетный этап: Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
ИТОГО		10	38	60	

Содержание практики

1 этап – подготовительный. Знакомство с руководителем практики от предприятия и членами трудового коллектива. Ознакомление с правилами трудового распорядка. Инструктаж по технике безопасности.

2 этап – производственный. С учетом логики выполнения заданий практики 2 раздел может быть разделен на следующие блоки.

1. Изучение правовой характеристики хозяйствующего субъекта на основании учредительных документов: является ли исследуемое предприятие юридическим лицом; кем и когда утвержден устав (положение) о нем; происходили ли реорганизации, сделки по слияниям, поглощениям; каким образом сформирован уставный капитал (балансовая стоимость и количество размещенных акций, если есть); кто является учредителями, их доли.

2. Анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия за последние три года, ценообразование:

- основные показатели по производству,
- показатели по труду и заработной плате,
- эффективность использования основных фондов,
- эффективность использования оборотных средств,
- уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,
- факторы, определяющие решения по ценам;
- определение цен на новые изделия;
- ценовая политика, ценовые стратегии.

3. Ознакомление с организационной структурой анализируемого предприятия. При этом студент должен рассмотреть основные преимущества и недостатки применяемой организационной структуры, охарактеризовать функции и процесс управления, выделить управляющую и управляемую часть организации. Так же следует узнать: в чьем подчинении находится данное предприятие; имеются ли у него обособленные структурные подразделения, аффилированные лица; порядок взаимоотношения между обособленными

подразделениями; с использованием какой модели происходит принятие управленческих решений («сверху вниз», «снизу вверх» либо «смешанная»).

Также важно исследовать организационную структуру службы маркетинга и управления маркетингом на предприятии:

- организационная структура управления маркетинговой деятельностью предприятия;
- характер организационных отношений между структурными подразделениями;
- задачи службы маркетинга;
- система организации службы маркетинга;
- профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;
- процесс подбора кадров руководителей и специалистов;
- система материального и морального стимулирования;
- функции управленческого персонала службы маркетинга;
- требования, предъявляемые, к работникам службы маркетинга, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;
- система работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.);
- система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;
- эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия.

3. Исследование информационно-аналитической деятельности:

- задачи и механизм действия системы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;
- анализ маркетинговой среды фирмы;
- структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
- массивы информации;
- коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);
- характеристика общей схемы информационных потоков в организации;
- информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);
- средства передачи и преобразования информации;
- механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;
- сегментация рынка и выбор целевых сегментов;
- изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;
- изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

4. Анализ операционной деятельности предприятия:

- объема производства и продаж;
- затрат на производство и продвижение товара; – технической оснащенности;
- эффективности использования трудовых ресурсов;
- производственных и материальных резервов;
- прочих необходимых критериев.

5. Анализ товарно-производственной деятельности:

- принципы планирования и формирования товарной политики;

- управление качеством товара;
- стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
- инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.
- ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
- анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;
- характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);
- характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;
- потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;
- санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;
- номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;
- структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;
- широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.
- стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;
- организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием; требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

6. Анализ сбытовой деятельности предприятия:

- разработки стратегий сбыта;
- выбора каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж;
- изучение рынка сырья и материалов;
- разработка плана закупок материальных ресурсов;
- организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика;
- условия поставки материальных ресурсов;
- формы расчетов при закупке материальных ресурсов.
- планирование сбыта продукции;
- организация оперативно-сбытовой работы;
- характеристика основных покупателей продукции предприятия;
- фирменная сеть предприятия.

7. Анализ коммуникационной деятельности предприятия:

- планирование продвижения товара на рынке;
- коммуникационная политика фирмы;
- стратегия и тактика фирмы в области рекламы и ее эффективность;
- инструменты стимулирования сбыта;
- создания системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- организация связей с общественностью.

3 раздел – аналитический.

- Характеристика внешнего экономического поля деятельности исследуемого предприятия.
- Анализ динамики и состояния отрасли, занимаемого рынка.

- Описание системы финансового управления, сложившейся на исследуемом предприятии.
- Анализ и обобщений основных тенденций развития предприятия по разным направлениям его деятельности.
- Обобщение основных финансово-экономических показателей деятельности предприятия за анализируемый и предшествующий периоды.
- Обобщение данных, подтверждающих выводы относительно места предприятия на рынке и его финансового состояния.
- Разработка рекомендаций по совершенствованию и развитию предприятия.

В производственную практику могут быть включены следующие *индивидуальные задания*:

- провести маркетинговое исследование рынка с целью получения информации для принятия управленческих решений;
- провести анализ конкурентной среды предприятия с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации и других факторов;
- выявить требования потребителей к качественным характеристикам товаров (услуг), которые производит данное предприятие; определить формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
- предложить варианты идей по организации производства новых товаров (услуг) для данного предприятия, обосновать их;
- провести анализ каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж, существующих на данном предприятии. Разработать рекомендации по их совершенствованию;
- провести оценку политики ценообразования на данном предприятии. Предложить мероприятия по ее совершенствованию;
- разработать систему мероприятий по формированию коммуникационной политики предприятия;
- разработать предложения по совершенствованию деятельности службы (отдела) маркетинга на предприятии. Отразить роль службы маркетинга в деятельности предприятия и показать ее взаимосвязь с другими функциональными подразделениями;
- разработать мероприятия по повышению эффективности продаж товаров (услуг) на предприятии;
- разработать проект рекламной кампании (новой) продукции предприятия.

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике

В процессе прохождения практики должны применяться следующие научно-исследовательские и научно-производственные технологии: наблюдение, беседа, сбор, первичная обработка, систематизация и анализ материалов, описание полученного на практике опыта в отчете по практике.

Во время прохождения производственной практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми образовательными технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии критериально ориентированного обучения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов - система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов). Применение метода проектов в обучении невозможно без привлечения исследовательских методов, таких как определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижения гипотезы их решения, обсуждения методов исследования; без анализа полученных данных. Студенты в собственной

практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии: современные средства оценивания результатов обучения, проектный метод, ролевые и деловые игры, дискуссии, практические и лабораторные работы. При выполнении научно-исследовательской составляющей практики студенты знакомятся с логикой и особенностями психолого-педагогического исследования, используют его разнообразные эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, тестирование, эксперимент и др.), формулируют цель и задачи, гипотезу исследования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 30 процентов аудиторных занятий, что соответствует 9 часам.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике

Для самостоятельной работы в период прохождения учебной практики студенты должны использовать следующие учебно-методические материалы:

1. Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дагестанский государственный технический университет».
2. Методические указания к прохождению преддипломной практики студентами направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль – «Маркетинг» / Сост. Э.Б. Атуева, З.Р. Мурадова. – Махачкала: ДГТУ, 2014.
3. Основная и дополнительная учебная литература.
4. Формы отчетной документации по практике (договоры, дневники, отзывы руководителя). Перед прохождением практики студенты получают на кафедре маркетинга и бизнеса методические рекомендации.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителя практики об уровне их знаний и умений. Отчет, дневник, характеристика с места прохождения практики являются документами, на основании которых руководитель практики от кафедры определяет степень изученности вопросов, предусмотренных положением и программой практики.

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой, результаты анализа, выводы и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Отчет по производственной практике представляется студентами на кафедру в установленные учебным графиком сроки.

К отчету прилагается дневник прохождения производственной практики на предприятии, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная студентом в процессе изучения маркетинговой деятельности на предприятии. В дневнике должна быть дана характеристика на студента, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью.

Отчет, допущенный к защите, защищается студентом перед комиссией, состоящей из преподавателей кафедры, а также с приглашением представителей предприятий и организаций.

Защита отчета по практике происходит в виде подготовки презентации с использованием мультимедийных технологий.

По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

Студент, не выполнивший программу производственной практики, получивший отрицательную характеристику о своей работе на предприятии или не показывающий знания при защите отчета на кафедре получает неудовлетворительную оценку.

По результатам производственной практики проводится студенческая конференция для обобщения опыта маркетинговой деятельности на предприятиях, различающихся хозяйственной деятельностью и характером совершаемых коммерческих операций.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Зав. библиотекой

Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
а) Основная						
1.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
2.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
3.	СРС	Экономика предприятия : учебник для вузов / [- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование).	И.Э. Берзинь [и др.]; под ред. С.Г. Фалько	М. : Дрофа, 2006. .	100	1
4.	ТО	Экономическая теория : учебник	Николаева И.П.	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.	1	1
5.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Маркова В.Д.	М.: Омега-Л, 2007.	1	1
10.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009.	1	1
11.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Мургузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
13.	СРС	Маркетинг менеджмент. ibooks.ru	Котлер Ф., Келлер К. Л.	СПб. : Питер, 2007	-	2
14.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов	Алексунина В.А.	М. : Дашков и К, 2009.	15	3
б) Дополнительная						
12.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	-	1

13.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2002.	3	1
14.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие	Панкрухин Д.П.	М.: ИН-ФРА-М, 2009.	1	1
15.	СРС	Маркетинг: практика проведения исследования	Лашкова Е.Г.	М.: Академия, 2008.	15	1
16.		Маркетинговые исследования: Учеб. пособие	Дубровин И.А.	М.: Дашков и К, 2009. – 496 с.	10	1
в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:						
17.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: http://www.fepo.ru				
18.	СРС	ibooks.ru				
19.	СРС	www.e.lanbook.com .				
20.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации www.правительство.рф				
21.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – www.minfin.ru .				
22.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – www.gks.ru .				
23.	СРС	www.gpntb.ru/ Государственная публичная научно-техническая библиотека				
24.	СРС	www.nlr.ru/ Российская национальная библиотека.				
25.	СРС	www.nns.ru/ Национальная электронная библиотека				
26.	СРС	www.rsl.ru/ Российская государственная библиотека.				
27.	СРС	www.nta-rus.com - Национальная Торговая Ассоциация				
28.	СРС	www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал				

1	2	3	4	5	6	7
29.	СРС	www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга				
30.	СРС	www.ime-link.ru - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
31.	СРС	www.4p.ru - маркетинг				
32.	СРС	www.marketolog.ru - маркетинголог				
г) Периодические издания:						
33.		Журнал «Практический маркетинг»				
34.		Бизнес-образование				
35.		Маркетинг				
36.		Проблемы теории и практики управления				
37.		Российский журнал менеджмента				
38.		Маркетинг и маркетинговые исследования				

12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

МТО включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет;
- аудитория – методический кабинет кафедры маркетинга и бизнеса 424, оборудованный проекционной техникой.

На ИЭФ Дагестанского государственного технического университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПроП ВПО по направлению и профилю подготовки 080200.62 - Менеджмент профилю «Маркетинг».

Рецензент от выпускающей кафедры
по направлению 38.03.02- Менеджмент,
директор АНО ММЦ «Дагестан-Москва



А.К. Абдурашидова

Матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств

№ п/п	Гуманитарный, социальный и экономический цикл												Математический и естественнонаучный цикл											
	Б1				Б1.ДВ1		Б1.ДВ2		Б1.ДВ3		Б2							Б2.ДВ1		Б2.ДВ2				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Наименование дисциплины	История	Философия	Иностранный язык	Правоведение	Институциональная экономика (Госэкзамен по отдельной дисциплине)	В.1 Основы социального государства	В.2 Русский язык и культура речи	1. Деловой иностранный язык	2. Иностранный язык - 2	1. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса	2. Связи с общественностью	1. История Дагестана	2. История экономических учений	Математика	Статистика	Методы принятия управленческих решений	Информационные технологии в менеджменте	В.1 Основы математического моделирования социально-экономических процессов	В.2 Информатика	В.3 Концепции современного естествознания	1. Информационные технологии в маркетинге	2. Прикладные математические дисциплины	1. Социально-экономическая география и регионалистика систем	2 Экология и природопользование
Общекультурные компетенции																								
ОК-1	+	+				+	+	+	+											+				+
ОК-2	+	+																		+			+	+
ОК-3		+																						
ОК-4	+	+									+	+	+										+	
ОК-5		+	+			+	+	+			+	+		+	+					+		+		
ОК-6			+			+	+	+			+	+								+				
ОК-7			+																					
ОК-8				+					+							+								
ОК-9	+			+			+			+					+									
ОК-10																								
ОК-11																								
ОК-12						+									+									+
ОК-13																								
ОК-14			+					+							+									
ОК-15														+	+					+				
ОК-16					+									+	+		+		+		+			

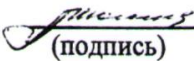
Профессиональный цикл

Общекультурные компетенции	Компетенции	№ п/п	Наименование дисциплины	Профессиональный цикл	
				Б3	Б4
	Теория менеджмента	1.			
	Маркетинг	2.			
	Учет и анализ	3.			
	Финансовый менеджмент	4.			
	Управление человеческими ресурсами	5.			
	Стратегический менеджмент	6.			
	Корпоративная социальная ответственность	7.			
	Безопасность жизнедеятельности	8.			
	Управление изменениями	9.			
	Управление проектами	10.			
	Инвестиционный анализ	11.			
	В.1. Учебно-исследовательская работа	12.			
	В.2 Цены и рыночная конъюнктура	13.			
	В.3 Основы логистики и управление цепями поставок	14.			
	В.4 Маркетинговые исследования	15.			
	В.5 Основы биржевой торговли	16.			
	В.6 Налоги и налогообложение	17.			
	В.7 Инновационный менеджмент	18.			
	В.8 Экономика предприятия (фирмы)	19.			
	В.9 Мировая экономика	20.			
	В.10 Промышленный маркетинг	21.			
	В.11 Банковское дело и банковский маркетинг	22.			
	В.12 . Оценка финансовой устойчивости фирмы	23.			
	В.13 .Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка	24.			
	В.14 . Управление продажами	25.			
	В.15 . Малые предприятия в современном бизнесе	26.			
	1. Правовое регулирование маркетинговой деятельности	27.			Б.3,ДВ2
	2. Лидерство	28.			
	1. Международный бизнес	29.			Б.3,ДВ2
	2. Управление технологиями	30.			
	1. Автоматизированное рабочее место маркетолога	31.			Б.3,ДВ3
	2. Ренжиринг бизнес-процессов	32.			
	1. Организация коммерческой деятельности	33.			Б.3,ДВ4
	2. Организация предпринимательства	34.			
	1. Управление маркетингом	35.			Б.3,ДВ5
	2. Информационное обеспечение производственными системами	36.			
	1. Системный инструментарий маркетинговой деятельности	37.			Б.3,ДВ6
	2. Страхование	38.			
	1. Основы международного маркетинга	39.			Б.3,ДВ7
	2. Операционный менеджмент	40.			
	1. Основы маркетинга	41.			Б.3,ДВ8
	2. Внешнеэкономическая деятельность коммерческих организаций	42.			
	Физическая культура	1			Б4
	Учебная практика	1			Б5
	Производственная практика	2			
	Итоговая государственная аттестация	1			Б6

Физическая культура-
Учебная и производственная практика

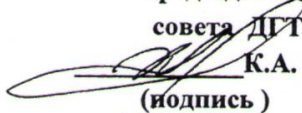
Итоговая гос. аттестация

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный технический
университет»**

**РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ:**
Декан инженерно -
экономического факультета,

(подпись) Н.М. Гасанова

«12» 09 2014г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР,
председатель методического
совета ДГТУ

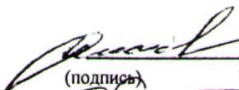
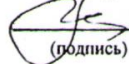

(подпись) К.А. Гасанов
«12» 09 2014г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ИТОГОВОМУ ЭКЗАМЕНУ

Дисциплина Институциональная экономика
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС
для направления 080200.62 – Менеджмент
шифр и полное наименование направления
кафедра Экономической теории
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина
Форма обучения очная, курс 2 семестр (ы) 4
Экзамен итоговый по отдельной дисциплине.

И.о. зав. кафедрой ЭТ

Нач. учебного отдела

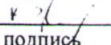

(подпись) И.Ю. Устаев
И.О.Ф.

(подпись) Э.В. Магомаева
И.О.Ф.

Махачкала 2014г.

ОДОБРЕНО

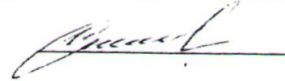
Методической комиссией по укрупненным группам
специальностей и направлений подготовки
38.00.00 - «Экономика и управление»

Председатель МК


подпись Ж.Н. Казиева
ИОФ
«12» 05 2014г

АВТОР ПРОГРАММЫ

И.Ю. Устаев, ст. преп.
ФИО уч. степень, ученое звание, подпись



Цели и задачи

В настоящее время роль и значение институциональной экономике в рамках образовательного курса «экономика» в процессе подготовки бакалавров значительна.

Цель данного курса – познакомить студента с историей становления и современным состоянием новой институциональной теории, ввести его в круг основных понятий институциональной экономики, познакомить студента с основными направлениями и теориями, развивающимися в рамках новой институциональной экономики и объяснить ему сравнительные возможности этих теорий и решаемые ими задачи, а также выработать у него навыки институционального анализа современной экономики.

Задачи изучения дисциплины определяются требованиями к подготовке бакалавров, установленными в квалификационной характеристике специалистов по профилям «Маркетинг», «Производственный менеджмент», «Управление малым бизнесом», «Управление проектами», «Управление человеческими ресурсами», «Финансовый менеджмент», «Менеджмент организации», требованиями к знаниям и умениям, которыми они должны обладать. Основная задача состоит в умении использовать приобретенные теоретические знания в конкретной практической деятельности.

Минимум требований к знаниям и умениям бакалавров

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (ОК-2);
- информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-13);
- понимание роли и знания информации и информационных технологий развития современного общества и экономических знаний (ОК-16);
- способностью к экономическому образу мышления (ПК-25);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

- пониманием основных мотивов и механизмы принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знание экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические модели (ПК-31);
- понимание роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);
- способностью оценивать экономические условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета.

Уметь:

- проводить анализ отрасли, используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- правильно применять теоретические знания при работе с текстовым материалом.

Владеть:

- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.

План обзорных лекций

№ п/п	Наименование обзорных лекций	Контр. работа	Средства и методы обучения
1	Тема 1: «Введение в экономическую теорию» Тема 2: «Формы общественного производства. Экономические системы» Тема 3: «Рынок. Рыночный механизм»	Входная контр. работа	Тесты
2	Тема 4: «Рыночное равновесие» Тема 5: «Потребительские предпочтения и предельная полезность» Тема 6: «Функционирование предприятий. Издержки и прибыль предприятий»	Контроль знаний	Тесты
3	Тема 7: «Типы рыночных структур: совершенная и несовершенная конкуренция» Тема 8: «Рынки факторов производства»	Контроль знаний	Тесты
4	Тема 9: «Система национальных счетов (СНС) и макроэкономические показатели» Тема 10: «Макроэкономическое равновесие» Тема 11: «Потребление и сбережения»	Контроль знаний	Тесты
5	Тема 12: «Инфляция и безработица» Тема 13: «Бюджетно-налоговая политика государства (фискальная политика)»	Контроль знаний	Тесты
6	Тема 14: «Деньги страны. Денежно-кредитная политика» Тема 15: «Экономический рост. Макроэкономическая динамика»	Контроль знаний	Тесты
7	Тема 16: «Международные экономические отношения. Внешняя торговля» Тема 17: «Макроэкономические проблемы переходной экономики»	Контроль знаний	Тесты
8	Тема 18: «Истоки институционализма. Классификация школ институциональной экономики.» Тема 19: «Теория институтов. Типология транзакционных издержек» Тема 20: «Теория контрактов»	Контроль знаний	Тесты
9	Тема 21: «Институциональные теории фирмы» Тема 22: «Теория прав собственности» Тема 23: «Теория государства»	Контроль знаний	Тесты
10	Тема 24: «Институты и институциональные изменения» Тема 25: «Институты и программа модернизации» Тема 26: «Институты экономики советского типа»	Проверочная контрольная работа	Тесты

Контрольные тестовые задания
Введение в экономическую теорию:

1.

1. Какое из этих положений не имеет отношения к определению предмета теоретической экономики?

- A) эффективное использование ресурсов;
- B) неограниченные производственные ресурсы;
- C) максимальное удовлетворение потребностей;
- D) материальные и духовные потребности;
- E) редкость блага.

2. Макроэкономика определяется как область экономической теории, которая изучает:

- A) процессы, происходящие в национальной экономике, взятой в целом;
- B) роль государства в экономике;
- C) глобальные проблемы экономического развития человечества;
- D) те же проблемы, что и политическая экономия в первоначальном значении этого термина.

3. В сфере экономической деятельности определяющее значение имеет:

- A) обмен;
- B) потребление;
- C) производство;
- D) распределение.

4. Организационно-экономический подход к экономике – это подход, основанный на:

- A) вычлениении отношений по рациональному использованию и воспроизводству ресурсов;
- B) системе общественного разделения труда, специализации производства и обобществлении, многообразии форм организации производства, труда и управления;
- C) разнообразии форм жизнедеятельности человека;
- D) различии общего и особенного в экономике;
- E) анализе производственных отношений как формы производительных сил.

.....**350. Выберите наиболее полное определение транзакционных издержек:**

- A) Совокупность издержек организации, приходящиеся в первый год его функционирования;
- B) Являются величиной переменной в долгосрочном периоде;
- C) Являются неизбежной составляющей деловой активности фирмы, порожденные функционированием самого рынка;
- D) Являются характерной формой издержек экономик социалистического строя.

Матрица ответов.

Номер вопроса	Правильный ответ	Номер вопроса	Правильный ответ	Номер вопроса	Правильный ответ
1	B	3	C
2	A	4	B	350	C

Рекомендуемая литература

№ пп	Виды занятий	Комплект необходимой учебной литературы по дисциплине	Автор	Издат. и год изд.	Количество пособий, учебников и прочей литературы	
					В библи.	На каф.
<i>Основная литература</i>						
1	ЛЗ, ПЗ, СРС	Экономическая теория. Микроэкономика -1,2.: учебник,	Г.П.Журавлева	М.: Дашков и Ко», 2010г.	15	1
2	ЛЗ, ПЗ, СРС	Банки и банковское дело: Учебник	Исмаилова Ш.Т., Кунниев Х.М., Устаев И.Ю	Издательство ДГТУ, 2014г.	15	10
3	ЛЗ, ПЗ, СРС	Экономика. Общий курс: учебник фундаментальной теории экономики./11-е изд. перераб. и доп.)	Войтов А.Г.	/М.: Дашков и К, 2010г.	15	1
4	ЛЗ, ПЗ, СРС	Микроэкономика: Учебное пособие (с применением инновационных методов обучения) для студентов направления подготовки бакалавров 080100.62 – Экономика	Исмаилова Ш.Т., Куниев Х.М., Устаев И.Ю	Издательство ДГТУ, 2014г.	40	10
5	ЛЗ, ПЗ, СРС	История экономических учений: краткий курс/ 4-е изд. пер. и доп	Войтов А.Г.	М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011г.	30	2
6	ЛЗ, ПЗ, СРС	История экономики экономической мысли России: учебник	Богомазов Г.Г.	Экономика, [2010]. - 671 с.: ил. - (Учебники экономического факультета СПбГУ).	25	1
7	ЛЗ, ПЗ, СРС	Институциональная экономика	Исмаилова Ш.Т., Устаев И.Ю.];	Издательство ДГТУ, 2012г.	30	5
8	ЛЗ, ПЗ, СРС	Институты финансового рынка	Исмаилова Ш.Т., Куниев Х.М., Устаев И.Ю	Издательство ДГТУ, 2013г.	40	5
9	ЛЗ, ПЗ, СРС	Макроэкономика. Курс лекций (с применением инновационных методов обучения) для студентов направления подготовки бакалавров 080100.62-«Экономика»	Исмаилова Ш.Т., Куниев Х.М., Устаев И.Ю	Издательство ДГТУ, 2014г.	40	8
10	ЛЗ, ПЗ, СРС	Курс лекций по дисц. "Микроэкономика": для студ. направл. подгот. магистров "Экономика"	Ш.Т. Исмаилова, З.Р. Мурадова	Издательство ДГТУ, 2013г.	40	10
11	ЛЗ, ПЗ, СРС	Экономическая теория	Кочетков А. А.	М. : Дашков и К°, 2013, 696 с	http://e.lanbook.com/view/book/52076/	
<i>Дополнительная литература</i>						
12	ЛЗ, ПЗ, СРС	Экономическая теория: Учебник для бакалавров	Войтов А.Г	М. : Дашков и К°, 2012, 392	http://e.lanbook.com/view/book/52076/	

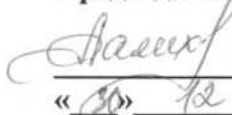
				с., МО РФ	
13	ЛЗ, ПЗ, СРС	Экономическая теория: Учебник для вузов:	Попов А. И., Артамонов В. С., Иванов С. А.	СПб. : Питер, 2010, 528 с.	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
14	ЛЗ, ПЗ, СРС	Микроэкономика: Учебник для вузов. 5-е изд.	Пиндайк Р., Рабинфельд Д.	СПб. : Питер, 2011, 608 с.	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
15	ЛЗ, ПЗ, СРС	Микроэкономика: Учебное пособие:	Попов А. И., Иванов С. А., Алексеев Е. Б., Махлаев А. Н., Уткин Н. И., Артамонов В. С.	СПб. : Питер, 2010, 320 с., Гриф МО	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
16	ЛЗ, ПЗ, СРС	Микроэкономика: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения:	Вечканов Г.,	СПб. : Питер, 2012, 464 с., Гриф УМО	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
17	ЛЗ, ПЗ, СРС	Макроэкономика: Учебник для вузов:	Попов А. И., Артамонов В. С., Иванов С. А., Уткин Н. И.	СПб. : Питер, 2010, 368 с.	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
18	ЛЗ, ПЗ, СРС	Макроэкономика: Учебник для вузов. 3-е изд., дополненное	Вечканов Г. С., Вечканова Г. Р.	СПб. : Питер, 2010, 560 с., Гриф УМО	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
19	ЛЗ, ПЗ, СРС	История экономических учений.	Нинциева Г. В., Гукасян Г. М.	СПб. : Питер, 2010, 176 с. /	http://e.lanbook.com/view/book/52076/
Интернет - источники					
21	ЛЗ, ПЗ, СРС	http://transeconom.boom.ru			
22	ЛЗ, ПЗ, СРС	http://www.forecast.ru			
23	ЛЗ, ПЗ, СРС	http:// www.beafnd.org			
24	ЛЗ, ПЗ, СРС	http://www.economy.gov.ru – Министерство экономического развития и торговли РФ.			
25	ЛЗ, ПЗ, СРС	http://www.libertarium.ru – материалы по экономической теории			
26	ЛЗ, ПЗ, СРС	http://www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал			

Программа и процедура проведения
междисциплинарного государственного экзамена


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И БИЗНЕСА

СОГЛАСОВАНО:
Председатель ГЭК


С.Г. Абдулманапов
« 30 » 12 2014 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе
ДГТУ, профессор

К.А. Гасанов
« 24 » 01 2015 г.

ПРОГРАММА

итогового государственного междисциплинарного экзамена для
студентов направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент,
профиль 080200.62.04 – «Маркетинг»

Декан ИЭФ
к.э.н, доцент



Н.М. Гасанова

Зав. кафедрой МиБ,
к.э.н.



Р.А. Юсуфов

ПРЕДИСЛОВИЕ

Современная российская экономика нуждается в высококвалифицированных специалистах в области менеджмента в сфере маркетинга. Будущие менеджеры по маркетингу должны объективно оценивать и предвидеть экономическую ситуацию, определять стратегию и тактику поведения фирмы на рынке, уметь принимать грамотные управленческие решения в условиях неопределенности и риска, осуществлять ценовую, товарную и сбытовую политику фирмы.

Профессиональная деятельность менеджера осуществляется в сфере управления и бизнеса в различных организационных подразделениях государственных предприятий, акционерных обществ и частных фирм. Она распределяется также на коммерческие, финансовые, производственные объединения, научные, конструкторские и проектные организации, органы государственного управления в целях рационального управления экономикой, производством и социальной инфраструктурой. В соответствии с общим назначением и местом в системе управления менеджер должен быть готов к управленческой, организационной, экономической, планово-экономической, маркетинговой, коммерческой, информационно-аналитической, диагностической, инновационной, методической, консультативной деятельности.

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент, профилю подготовки «Маркетинг» проводится с целью проверки уровня и качества общей и, прежде всего, общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к знаниям и умениям выпускника по циклам дисциплин, предусмотренных Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент, профиль «Маркетинг».

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки направления.

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению 080200.62 Менеджмент, профилю «Маркетинг» проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной подготовки бакалавров. Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов по направлению подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент, профилю «Маркетинг».

Требования к уровню подготовки студентов по государственному междисциплинарному экзамену соответствуют требованиям ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров 080200.62 – «Менеджмент» и дополнений к нему.

Задачей итогового междисциплинарного экзамена является определение целесообразности допуска студентов к выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

Программа составлена с учетом квалификационной характеристики менеджера, типовых рабочих программ дисциплин направления 080200.62 – Менеджмент, профиль «Маркетинг» и внутривузовского Положения о государственном экзамене по специальности (направлению).

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемым Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению 080200.62 – Менеджмент, определяющих назначение, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав итогового междисциплинарного экзамена по направлению 080200.62 Менеджмент, профилю «Маркетинг» содержит круг вопросов, широко охватывающих разнообразные научные сферы, включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки.

В результате изучения базовой части профессионального цикла выпускник должен:

Знать:

- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- типы организационной культуры и методы ее формирования;
- основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;
- содержание маркетинговой концепции управления;
- основные концепции, цели и функции маркетинга;
- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- особенности управления маркетингом на предприятиях;
- сущность промышленного маркетинга;
- оперативную маркетинговую работу;
- основы планирования и прогнозирование деятельности современных предприятий;
- стратегическое планирование маркетинговой деятельности компании;
- назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;
- экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;
- основные системы управленческого учета;
- принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- методы управления проектами.

Уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;
- калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;
- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;
- разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- проводить оценку финансовых инструментов;
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- строить маркетинговую программу развития компании.

Владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами;
- методами формирования и поддержания этического климата в организации;
- практикой организации предпринимательской деятельности;
- владеть методикой оценки рисков;
- эффективными методами построения маркетингового комплекса на предприятии.

В результате изучения вариативной части профессионального цикла выпускник должен:

Знать:

- социальную значимость своей будущей профессии;
- основные этапы эволюции управленческой мысли;
- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;

- современные концепции организации операционной деятельности;
- основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;
- экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- типовую организационную структуру и систему распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования в социальной организации;
- типовые процедуры и методы контроля и порядок их разработки;
- процессы групповой динамики и принципы формирования команды;
- современные технологии управления персоналом;
- методы управления проектами;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности социального проекта;
- экономические основы поведения организаций;
- основные принципы и стандарты финансового учета;
- методы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций.

Уметь:

- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- критически оценивать личные достоинства и недостатки;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.);
- взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;
- строить маркетинговую стратегию фирмы;

Владеть

- высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- современными технологиями управления персоналом;
- методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения;

- современными методами принятия решений;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности предприятия;
- экономические основы поведения организаций;
- методы реинжиниринга бизнес-процессов;
- основы управления банком, применение маркетинга в банковской сфере;
- основы предпринимательской деятельности;
- организационно-правовые основы деятельности предприятий;
- формы организации современного бизнеса;
- правовые аспекты управления предпринимательством;
- маркетинговым инструментарием управления компанией;
- способы оценки рисков.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе сдачи госэкзамена

Процесс сдачи госэкзамена направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

- а) общекультурных (ОК): ОК-5; ОК-6;
- б) профессиональных (ПК): ПК-1-ПК-50.

В содержании программы по сдаче итогового государственного междисциплинарного экзамена выделены следующие разделы дисциплин 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг»:

1. Теория менеджмента: история управленческой мысли, организационное поведение, теория организации
2. Маркетинг
3. Управление изменениями.
4. Промышленный маркетинг.
5. Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка
6. Цены и рыночная конъюнктура
7. Банковское дело и банковский маркетинг
8. Маркетинговые исследования
9. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса

1. ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Раздел 1. История управленческой мысли.

Природа управления и исторические тенденции его развития.. Этапы и школы в истории менеджмента
Общая теория управления Разнообразие моделей менеджмента

Раздел 2. Теория организации

Организация как объект менеджмента Основные бизнес-процессы в организации Цели, принципы и методы управления Основные функции менеджмента. Организационная культура. Процесс принятия и реализации управленческих решений.

Раздел 3. Организационное поведение.

Основные концепции взаимодействия людей в организации. Групповая динамика и формирование группового поведения в организации. Командообразование в менеджменте. Процесс коммуникации и эффективность управления. Лидерство в организации. Управление конфликтами в организации. Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений. Факторы эффективности менеджмента.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. – М.: Экономика, 2006. (гриф МО РФ)
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. (гриф МО РФ)
3. Глумаков В.Н. Организационное поведение: Учебник М.: Вузовский учебник, 2009. - 352 с.
4. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2008. (гриф УМО)
5. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
6. Менеджмент: Учебное пособие / Под ред. В.В.Лукашевича, Н.И.Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. (гриф УМО)
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2007.
8. Мильнер Б.З. Теория организации. /Учебник/. Инфа-М, 2009. – 864 с.
9. Основы менеджмента: Учебное пособие Абдуллаева Т.К., Атуева Э.Б. Магомедова Т.В. Махачкала, ДГТУ, 2007(Гриф УМО)
10. Оксина К.Э. Организационное поведение: Учебник. М.: КноРус, 2009.
11. Тебекин А.В. Менеджмент организации: Учебник / Тебекин А.В., Касаев Б.С. – М.: КНОРУС, 2007. (гриф МО РФ)
12. Шевчук Д.А. История менеджмента. /Учебное пособие/.«Эксмо», 2009. – 430 с.
13. Шеметов П.В., Петухова С.В. Теория организации./Учеб.пос., М.: Омега-Л, 2010.- 379с.

Дополнительная

1. Бирман Л.А. Общий менеджмент./Учебник/. «Дело», 2008. – 336 с.
2. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2007. (гриф МО РФ)
3. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2007. (гриф УМО)
4. Поршнев А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. (Гриф УМО)

2. МАРКЕТИНГ

Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке. Использование раз-

личных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга. Формирование системы управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, формирование и классификация функций маркетинга, выделение комплексных и частных функций маркетинга; место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления организацией. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге; реализация конкретных путей покрытия потребности в зависимости от целей организации и ситуации на рынке. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Бюджет маркетинга.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2007.- 692 с. (гриф УМО)
2. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: учебник для вузов. - М.: Экономика, 2009.
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. 12-е изд. СПб. : Питер, 2007 [ibooks.ru]
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2008.
5. Пакнкрухин А.П. Маркетинг: учебник для вузов - 5-е изд. - М.: Омега-Л, 2009.- 656 с. (гриф. МО)

Дополнительная

1. Муратханова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учебное пособие.- М.: Академия, 2009.- 96 с. (гриф Доп. МО РФ)
2. Мурадова З.Р., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы маркетинга. – Махачкала, 2014. (Гриф УМО).

3. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

Подходы к определению организационных изменений. Классификация организационных изменений. Особенности изменения и развития организации. Концепция и модели жизненного цикла организации, изменчивость организации на разных этапах ее жиз-

ненного цикла. Сравнительная характеристика больших и малых организаций. Преодоление сопротивления изменениям. Стратегии осуществления изменений. Формирование команды для стратегических изменений. Реструктуризация управления компанией. Связь модели стратегии и модели организационной структуры. Реинжиниринг бизнес-процессов. Инструменты проведения организационных изменений. Оценка эффективности управления организационными изменениями.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации/Пер. с англ. Под науч. Ред А.Г. Сеферяна.-СПб:Питер, 2007.
2. Дресвянников В.А. Управление знаниями организации: Учебное пособие – М.:КНОРУС, 2010.
3. Михненко П. А. Теория организации. – М.: МФПУ «Синергия», 2013 г. , 336 с.
4. Поршнева А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнева А.Г., Румянцова З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. (Гриф УМО)
5. Распопов В.М. Управление изменениями: Учебное пособие. – М.: Магистр, 2009.
6. Резник С.Д. Организационное поведение: Учебное пособие. – М.: РИОР, 2009.
7. Черкасова С.А. Курс лекций по дисциплине «Управление изменениями» для бакалавров направления подготовки 080200.62 – Менеджмент. – Махачкала, ФБГОУ ВПО «ДГТУ», 2014.

Дополнительная

1. Красовский Ю.Д. Организационное поведение, 4-е изд. – Москва: Юнити, 2012 г. , 487 с. [ibooks.ru]
2. Латфуллин Г. Р. Организационное поведение. Учебник для вузов. – Санкт-Петербург: Питер, 2010 г. , 432 с. [ibooks.ru]
3. Мильнер Б.З. Теория организации. /Учебник/. Инфа-М, 2009. – 864 с.

4. ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели.

Этапы процесса покупки промышленных товаров. Возникновение, осознание и формулирование потребности. Формирование стратегии промышленного маркетинга.

Определение характеристик продукта или оборудования, способных удовлетворить возникшую потребность. Поиск и сравнительный анализ различных поставщиков. Рассмотрение предложений и предварительные переговоры с различными поставщиками. Заключение с ними контрактов на поставку. Осуществление поставки и проверка условий контракта по поставке промышленного продукта или оборудования. Анализ количественных и качественных характеристик промышленного рынка. Организация системы сбыта на промышленных рынках

Количественные характеристики рынка: емкость рынка (фактическая и потенциальная), уровень насыщения рынка, доля рынка. Управление сбытом товаров промышленного назначения

Распределение рынка между производителями товаров промышленного назначения. Темпы роста рынка. Уровень стабильности потребности.

Качественные характеристики рынка. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия. Использование Интернет в организации работы службы маркетинга промышленного предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2007.- 692 с. (гриф УМО)
2. Пакнкрухин А.П. Маркетинг: учебник для вузов - 5-е изд. - М.: Омега-Л, 2009.- 656 с. (гриф. МО)
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2008.
4. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: учебник для вузов. - М.: Экономика, 2009.

Дополнительная

1. Муратханова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учебное пособие.- М.: Академия, 2009.- 96 с. (гриф Доп. МО РФ)
2. Мурадова З.Р., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы маркетинга. – Махачкала, 2014. (гриф УМО)
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2008.

5. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Планирование как принцип, метод и функция управления. Логический процесс в планировании. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Иерархия производственных планов, вспомогательные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Прогнозы и ориентиры. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Яковлева С.М., Зевина Л.З. Экономическое развитие. – М., 2007.
2. Планирование и прогнозирование рынка в условиях рынка. Учебное пособие. – Махачкала: ДГТУ, 2009.
3. Берзинь И.Э. и др. Экономика предприятия : учебник для вузов / [И.Э. Берзинь [и др.]] ; под ред. С.Г. Фалько.- 3-е изд., стереотип. М. : Дрофа, 2006. - 368 с. : ил. - (Высшее образование). Гриф: Рек. УМО РФ.
4. Чечевицына, Л.Н. Экономика предприятия : учебник для вузов / Л.Н. Чечевицына.- Изд. 4-е, доп. и перераб. - ил. - Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 384 с. Гриф: Рек. УМО РФ.

Дополнительная

4. Основы предпринимательской деятельности для молодёжи: пособие / Комитет по развитию МиСП РД. - Махачкала : Домпресс, 2011; 2012.
5. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.
6. Романова Л., Давыдова Л., Коршунова Г. Экономический анализ: Учебное пособие. - СПб. : Питер, 2011, 336 с.
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=22000>
7. Гинзбург А. Экономический анализ: Учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2011, 448 с.
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=22423>

6. ЦЕНЫ И РЫНОЧНАЯ КОНЬЮНКТУРА

Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль». Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа. Государственное регулирование цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.

Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии. Разновидности кризисов. Особенности и виды экономических кризисов. Потребность и необходимость в антикризисном управлении. Механизмы антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Банкротство предприятий и банков. Диагностика банкротства. Санация предприятий. Управление рисками. Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Стратегия и тактика антикризисного управления. Взаимодействие с профсоюзами в процессах антикризисного управления. Инновации и механизмы повышения антикризисной устойчивости. Человеческий фактор антикризисного управления.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Атуева Э.Б. Цены и рыночная конъюнктура: курс лекций для студентов направления подготовки бакалавров 080200.62 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг». - Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2013. – 168 с.
2. Камалова Т.А., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г., Кадирова С.А. Маркетинговые коммуникации и управление брендом»: курс лекций для студентов направления подготовки магистров 080200.68 – «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг». - Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2013. – 92 с.

Дополнительная

1. Яковлева С.М., Зевина Л.З. Экономическое развитие. – М., 2007.
2. Планирование и прогнозирование рынка в условиях рынка. Учебное пособие. – Махачкала: ДГТУ, 2009.
3. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.

7. БАНКОВСКОЕ ДЕЛО И БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Основы банковского дела; Банки и иные кредитные организации современная кредитная система. Банковская деятельность. Банковская система России: структура, состояние и проблемы совершенствования управления. Двухуровневая банковская система РФ; центральный банк РФ: основные функции, операции, кредитно-денежная политика, особенности функционирования и управления деятельностью банков. Коммерческие банки: основные пассивные и активные операции; вопросы управления доходностью ликвидностью. Маркетинг в банках. Работа с юридическими и физическими лицами. Банковское кредитование, кредитные портфель и управление кредитными операциями; инвестиционная деятельности банка; финансовые услуги, новые банковские услуги

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Исмаилова Ш.Т., Кунниев Х.М., Устаев И.Ю. Банки и банковское дело: учебник для студентов направления подготовки бакалавров 080100.62 - Экономика для всех форм обучения. - Махачкала, ДГТУ: АЛЕФ, 2014. - 188 с.

2. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело. Краткий курс. – СПб. : Питер, 2010, 240 с.
3. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21506>
4. Алексунин В.А. и др. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов /; под ред. В.А. Алексунина.- 6-е изд. М. : Дашков и К, 2009. - 716 с. : ил. Гриф: МО РФ.
5. Атуева Э.Б., Кадирова С.А. Отраслевой маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки магистров 080200.68 – «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг». Махачкала: ДГТУ, 2014. – 68 с.
6. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело: Учебник для вузов, 2-е изд. СПб.: Питер, 2008. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21827с>.

Дополнительная

1. Вдовин В.М., Суркова Л.Е. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: Учебное пособие <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24761>"
2. Годин А.М. Маркетинг: учебник для вузов/ Годин А.М.- 7-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. - Гриф: Рек. МО РФ. - М. : Дашков и К°, 2012, 304 с.

8. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка плана и исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Березин И. С. Практика исследования рынков. – М.: Бератор-Пресс, 2003.
2. Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2003.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993.
4. Кузьмина Е. Е., Шаляпина Н. М. Теория и практика маркетинга. – М.: КНОРУС, 2005.
5. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии. – М.: Академия, 2003.

Дополнительная

1. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии. – М.: Академия, 2003.
2. Маркетинговые исследования. Курс лекций по дисциплине для студентов специальности 030602 – Связи с общественностью (для всех форм обучения). / ДГТУ. Махачкала, 2010. 234 с.

9. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА

Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности. Малые предприятия: роль, особенности, критерии определения. Направления поддержки малого предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса. Учебник для студентов направлений подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг» и 100700.62 – Торговое дело, профиль «Коммерция». – Махачкала: ДГТУ, 2013. – 176 с.
2. Шабанов М.Г., Атуева Э.Б. Экономика и управление малым бизнесом : учеб. пособие ГОУ ВПО "ДГТУ". - Махачкала: [ДГТУ], 2009.
3. Начинающему предпринимателю. Методическое пособие. - Махачкала, 2011.
4. Анищенко А. Индивидуальный предприниматель: регистрация, учет и отчетность, налогообложение. - СПб. : Питер, 2010.
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=25899>
5. Малый бизнес. 3-е изд. Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандера. - М. : Юнити, 2010.
<http://ibooks.ru/search.php?mode=search&page=1>
6. Камышанский В. П., Коршунов Н. М., Иванов В.И. Гражданское право. В 2 ч. Ч. 1: учебник. - М. : Юнити, 2012.
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=26971>
7. Морозова Т.В. Малые предприятия и индивидуальные предприниматели: налогообложение, учет и отчетность / Т.В. Морозова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЗАО Юстицинформ, 2006.
8. Берзинь И.Э. и др. Экономика предприятия : учебник для вузов / [.- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование). - М. : Дрофа, 2006. .
9. Основы предпринимательской деятельности для молодежи: пособие / Комитет по развитию МиСП РД. - Махачкала : Домпресс, 2011; 2012.
10. Атуева, Э.Б. Оценка бизнеса: курс лекций для студ. направ. магистерской подготовки 080200.68 - "Менеджмент", магистерская программа "Маркетинг" / [Э.Б. Атуева]; ФГБОУ ВПО "ДГТУ". - Махачкала: ДГТУ, 2013.

Дополнительная

1. Атуева Э.Б. Предпринимательская деятельность: курс лекций для студентов специальности 100101 – «Радиотехника» (очной и заочной форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2009. – 155 с.
2. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.

**ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ, ВЫНОСИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕРКИ
НА ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭКЗАМЕНЕ**

1. Природа управления и исторические тенденции его развития.
2. Этапы и школы в истории менеджмента. Разнообразие моделей менеджмента
3. Организация как объект менеджмента. Основные бизнес-процессы в организации.
4. Цели, принципы и методы управления. Основные функции менеджмента.
5. Организационная культура. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
6. Основные концепции взаимодействия людей в организации. Групповая динамика и формирование группового поведения в организации. Командообразование в менеджменте.
7. Процесс коммуникации и эффективность управления. Лидерство в организации. Управление конфликтами в организации.
8. Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений. Факторы эффективности менеджмента.
9. Современные определения менеджмента и маркетинга.
10. Альтернативные подходы к формированию стратегии управления современными организациями: ориентация на производство, ориентация на продажи, ориентация на маркетинг, ориентация на конкурентов, ориентация на рынок.
11. Модель движущих сил конкуренции М.Портера. Расширенная модель взаимодействия факторов конкуренции в отрасли. Теоретическая и практическая интерпретации модели.
12. Влияние государственных институтов на интенсивность конкуренции в отрасли (МАП, ГТК, ЦБ РФ и др); инструменты влияния. Организации, вступающие в отрасль; входные барьеры в отрасль и их оценка. Влияние покупателей (потребителей), поставщиков и производителей товаров-заменителей на интенсивность конкуренции.
13. Количественная оценка интенсивности конкуренции: четырехдольный показатель концентрации, индекс Херфиндала-Хершмана.
14. Базовые стратегии конкуренции и конкурентные преимущества.
15. Стратегия снижения себестоимости продукции. Поиск экономичных способов удовлетворения спроса на продукты широкого потребления. «Игра» на понижение цен в условиях эластичного спроса.
16. Особенности ценовых стратегий вытеснения конкурентов. Технологии ведения «ценовой войны». Практика «ценовых войн» на российском рынке. Проблемы оптимизации производства и сбыта.
17. Стратегия дифференциации продукции. Ориентация на требования и возможности специфических групп потребителей. Приоритеты управления товарным ассортиментом. Повышение цен в условиях неэластичного спроса. Позаказная система и ее реализация в автомобильном бизнесе.
18. Стратегия сегментирования рынка. Разработка рыночных ниш. Вложенное сегментирование для поиска рыночной ниши. Ценовое сегментирование.
19. Стратегия внедрения новшеств.
20. Степень новизны товара и преимущества монопольного предложения. «Снятие сливок» и монопольное установление цен. Ценовая дискриминация.
21. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка. Минимизация временного лага между появлением спроса и его удовлетворением. Задача «МОВ» и маневренность торгового бизнеса.

22. Направления комплексного использования стратегий конкуренции. Определение географических границ рынка. Формирование списка конкурентов. Оценка состояния конкурентной среды. Анализ маркетинговой активности конкурентов. Бенчмаркинг. Качественные и полевые количественные маркетинговые исследования предпочтений покупателей (потребителей).
23. Жизненный цикл товара и временная база сравнения. Сравнительный анализ коммерческих характеристик товаров. Оценка адекватности коммерческих характеристик требованиям рынка. Построение схемы принятия решения о покупке.
24. Оценка конкурентоспособности товара. Сравнение стратегий позиционирования товаров на рынке. Подходы к оценке конкурентоспособности товарного ассортимента.
25. Обобщение практики изменения цен. Оценка влияния эластичности спроса на динамику цен. Квалификация ценовых стратегий конкурентов. Мониторинг цен и ценовых стратегий.
26. Сравнительный анализ иерархического построения сбытовой сети, издержек товародвижения, стратегий поставки готовой продукции в сеть реализации (пополнения запасов). Оценка конкурентоспособности сети реализации продукции. Скорость и рентабельность торгового оборота, отдача торгового капитала.
27. Сопоставление используемых средств стимулирования реализации продукции: реклама, PR, персональные продажи, средства краткосрочного стимулирования продаж. Подходы к оценке конкурентоспособности технологий стимулирования продаж.
28. Построение конкурентной карты рынка по абсолютным значениям и темпам роста рыночных долей. Позиционирование конкурентов по наиболее важным для потребителей характеристикам предлагаемых продуктов. Рейтинги конкурентов. Выделение конкурентов, представляющих угрозу для ведения бизнеса.
29. Эволюция теории маркетинга и практики внутрифирменного управления в условиях рынка.
30. Маркетинговая и рыночная ориентация организации.
31. Стратегический менеджмент и стратегический маркетинг.
32. Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке.
33. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга.
34. Формирование системы управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления организации.
35. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале.
36. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке.

37. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации.
38. Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге.
39. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия.
40. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга.
41. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами.
42. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.
43. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Бюджет маркетинга.
44. Подходы к определению организационных изменений. Классификация организационных изменений. Особенности изменения и развития организации.
45. Концепция и модели жизненного цикла организации, изменчивость организации на разных этапах ее жизненного цикла. Сравнительная характеристика больших и малых организаций.
46. Преодоление сопротивления изменениям. Стратегии осуществления изменений. Формирование команды для стратегических изменений.
47. Реструктуризация управления компанией. Связь модели стратегии и модели организационной структуры.
48. Реинжиниринг бизнес-процессов. Инструменты проведения организационных изменений. Оценка эффективности управления организационными изменениями.
49. Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели.
50. Этапы процесса покупки промышленных товаров. Возникновение, осознание и формулирование потребности. Формирование стратегии промышленного маркетинга.
51. Определение характеристик продукта или оборудования, способных удовлетворить возникшую потребность. Поиск и сравнительный анализ различных поставщиков. Рассмотрение предложений и предварительные переговоры с различными поставщиками. Заключение с ними контрактов на поставку.
52. Анализ количественных и качественных характеристик промышленного рынка. Организация системы сбыта на промышленных рынках
53. Количественные характеристики рынка: емкость рынка (фактическая и потенциальная), уровень насыщения рынка, доля рынка. Управление сбытом товаров промышленного назначения
54. Распределение рынка между производителями товаров промышленного назначения. Темпы роста рынка. Уровень стабильности потребности. Качественные характеристики рынка.

55. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия. Использование Интернет в организации работы службы маркетинга промышленного предприятия.
56. Планирование как принцип, метод и функция управления. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании.
57. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль.
58. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.
59. Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль».
60. Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа.
61. Государственное регулирование цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.
62. Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии. Разновидности кризисов. Особенности и виды экономических кризисов. Потребность и необходимость в антикризисном управлении. Механизмы антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Банкротство предприятий и банков. Диагностика банкротства.
63. Управление рисками. Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Стратегия и тактика антикризисного управления. Взаимодействие с профсоюзами в процессах антикризисного управления. Инновации и механизмы повышения антикризисной устойчивости. Человеческий фактор антикризисного управления.
64. Основы банковского дела; Банки и иные кредитные организации современная кредитная система. Банковская деятельность. Банковская система России: структура, состояние и проблемы совершенствования управления. Двухуровневая банковская система РФ; центральный банк РФ: основные функции, операции, кредитно-денежная политика, особенности функционирования и управления деятельностью банков. Коммерческие банки: основные пассивные и активные операции; вопросы управления доходностью ликвидностью.
65. Маркетинг в банках. Работа с юридическими и физическими лицами. Банковское кредитование, кредитные портфель и управление кредитными операциями; инвестиционная деятельности банка; финансовые услуги, новые банковские услуги.
66. Методологические основы маркетинговых исследований. Сбор маркетинговой информации. Организация выборочных полевых исследований.
67. Технология бенчмаркинга: принципы бенчмаркинга. Внутренний сопоставительный анализ. Внешний сопоставительный анализ. TQM и бенчмаркинг. QFD и бенчмаркинг.

68. Анализ маркетинговой среды: общие направления анализа, определение географических границ рынка, выделение целевых сегментов. Замеры емкости рынка. Формирование списка конкурентов. Оценка влияния потребителей на динамику спроса.
69. Новый товар в маркетинге. Разработка нового товара. Новые товары и прибыль предприятий. Факторы успеха и неудач нового товара. Стратегии, уменьшающие риск при разработке новой продукции. Этические и правовые аспекты разработки новой продукции.
70. Управление марочной политикой фирмы. Семонемика. Экономический эффект торговой марки. Формирование имиджа марок. Защита марок. Процесс регистрации марок. Многомарочный подход. Мультимарки. Стратегия корпоративных марок.
71. Брэнд: понятие, подходы к определению. Определение стратегии брэнда. Методы определения цены брэндов: The relief from royalty method, Earnings basis, Premium profit.
72. Управление ассортиментной политикой фирмы. Свойства и показатели ассортимента. Формы формирования ассортимента. Виды нормативных и технологических документов, регламентирующих ассортимент товаров. Понятие товарной номенклатуры. Свойства и показатели товарной номенклатуры.
73. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.
74. Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса.
75. Порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства.
76. Паблик рилейшнз и его использование в профессиональной деятельности. Принципы и функции ПР. Способы организации ПР. Современное состояние рынка ПР в России.
77. Малые предприятия: роль, особенности, критерии определения. Направления поддержки малого предприятия.
78. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации.
79. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

К итоговому междисциплинарному экзамену по направлению подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» допускаются студенты, завершившие полный курс обучения по основной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Сдача итогового экзамена проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

Итоговый междисциплинарный экзамен принимается экзаменационной комиссией, входящей в состав Государственной аттестационной комиссии. Экзаменационная комиссия формируется из ведущих преподавателей выпускающей кафедры, как правило, преподающих учебные дисциплины, включенные в состав итогового междисциплинарного экзамена. В состав экзаменационной комиссии могут включаться и специалисты предприятий.

Состав экзаменационной комиссии утверждается приказом Ректора вуза.

В период подготовки к экзамену, проводимому для выпускников, студентам предоставляются необходимые консультации по каждой вошедшей в итоговый экзамен дисциплине.

На итоговом экзамене студенты получают экзаменационный билет, содержащий три вопроса. При подготовке к ответу студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных листах бумаги со специальным штампом. На подготовку к экзамену, который проводится в письменной форме, студенту дается 1-2 академических часов. По всем вопросам экзаменационного билета студенту членами экзаменационной комиссии с разрешения ее председателя могут быть заданы уточняющие и дополнительные вопросы в пределах перечня, вынесенного на итоговый экзамен.

Члены экзаменационной комиссии проставляют в своем протоколе оценки за письменные ответы экзаменуемого на каждый вопрос и по их совокупности.

По завершению экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает характер письменных ответов каждого студента, анализирует проставленные каждым членом комиссии оценки и проставляет каждому студенту согласованную оценку по итоговому экзамену в целом по системе: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке на основе оценок, проставленных членами комиссии, решение экзаменационной комиссии в соответствии с «Положением об итоговой аттестации выпускников вузов РФ» принимается на закрытом заседании простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председателя является решающим".

Итоговая оценка по экзамену заносится в протокол заседания экзаменационной комиссии, сообщается студенту и проставляется в зачетную книжку студента, где расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии (равно как и в протоколе).

В случае получения студентом по междисциплинарному экзамену итоговой оценки "неудовлетворительно" он не допускается к выполнению и защите дипломного проекта и отчисляется из вуза с получением академической справки.

Листы с ответами студентов на экзаменационные вопросы вместе с копией протокола об итогах экзамена подшиваются секретарем комиссии в отдельную папку и хранятся в течение трех лет на выпускающей кафедре, а затем сдаются в архив вуза. Ежегодно на заседании выпускающей кафедры обсуждаются, корректируются и утверждаются состав и содержание вопросов дисциплин, включаемых в итоговый экзамен, а также предлагается кафедрой состав экзаменационной комиссии. Характер указанных корректировок своевременно доводится до сведения студентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексунин В.А. и др. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов /; под ред. В.А. Алексунина.- 6-е изд. М. : Дашков и К, 2009. - 716 с. : ил. Гриф: МО РФ.
2. Андреев А.Ф., Лопатина С.Г., Маккавеев М.В., Победоносцева Н.Н. Основы менеджмента. М.: Нефть и газ, 2007.
3. Анищенко А. Индивидуальный предприниматель: регистрация, учет и отчетность, налогообложение. - СПб. : Питер, 2010.
4. Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса. Учебник для студентов направлений подготовки бакалавров 080200.62 Менеджмент, профиль «Маркетинг» и 100700.62 – Торговое дело, профиль «Коммерция». – Махачкала: ДГТУ, 2013. – 176 с.
5. Атуева, Э.Б. Оценка бизнеса: курс лекций для студ. направ. магистерской подготовки 080200.68 - "Менеджмент", магистерская программа "Маркетинг" / [Э.Б. Атуева]; ФГБОУ ВПО "ДГТУ". - Махачкала: ДГТУ, 2013.
6. Берзинь И.Э. и др. Экономика предприятия : учебник для вузов / [- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование). - М. : Дрофа, 2006. .
7. Атуева Э.Б. Предпринимательская деятельность: курс лекций для студентов специальности 100101 – «Радиотехника» (очной и заочной форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2009. – 155 с.
8. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.
9. Экономика. Под ред. Булатова А. М. М.: Экономика, 2006.
10. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.
11. Атуева Э.Б. Цены и рыночная конъюнктура: курс лекций для студентов направления подготовки бакалавров 080200.62 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг». - Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2013. – 168 с.
12. Атуева Э.Б., Кадилова С.А. Отраслевой маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки магистров 080200.68 – «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг». Махачкала: ДГТУ, 2014. – 68 с.
13. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело. Краткий курс. – СПб. : Питер, 2010, 240 с. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21506>
14. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело: Учебник для вузов, 2-е изд. СПб. : Питер, 2008. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21827c>.
15. Бирман Л.А. Общий менеджмент./Учебник/. «Дело», 2008. – 336 с.
16. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: Проспект, 2007. (гриф МО РФ)
17. Вдовин В.М., Суркова Л.Е. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: Учебное пособие <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24761>"
18. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. – М.: Экономика, 2006. (гриф МО РФ)
19. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. (гриф МО РФ)
20. Глумаков В.Н. Организационное поведение: Учебник М.: Вузовский учебник, 2009. - 352 с.
21. Годин А.М. Маркетинг: учебник для вузов/ Годин А.М.- 7-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. - Гриф: Рек. МО РФ. - М. : Дашков и К°, 2012, 304 с.

22. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопал Н.Ю. – М.: ИНФРА-М, 2008. (гриф УМО)
23. Исмаилова Ш.Т., Кунниев Х.М., Устаев И.Ю. Банки и банковское дело: учебник для студентов направления подготовки бакалавров 080100.62 - Экономика для всех форм обучения. - Махачкала, ДГТУ: АЛЕФ, 2014. - 188 с.
24. Камалова Т.А., Атуева Э.Б., Сулейманова М.Г., Кадилова С.А. Маркетинговые коммуникации и управление брендом»: курс лекций для студентов направления подготовки магистров 080200.68 – «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг». - Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2013. – 92 с.
25. Камышанский В. П., Коршунов Н. М., Иванов В.И.Гражданское право. В 2 ч. Ч. 1: учебник. - М. : Юнити, 2012. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=26971>
26. Коротков Э.М. Менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2009. (гриф УМО)
27. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2007. (гриф УМО)
28. Малый бизнес. 3-е изд. Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандера. - М. : Юнити, 2010. <http://ibooks.ru/search.php?mode=search&page=1>
29. Менеджмент: Учебное пособие / Под ред. В.В.Лукашевича, Н.И.Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. (гриф УМО)
30. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2007.
31. Мильнер Б.З. Теория организации. /Учебник/. Инфа-М, 2009. – 864 с.
32. Морозова Т.В. Малые предприятия и индивидуальные предприниматели: налогообложение, учет и отчетность / Т.В. Морозова.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЗАО Юстицинформ, 2006.
33. Начинающему предпринимателю. Методическое пособие. - Махачкала, 2011. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=25899>
34. Основы предпринимательской деятельности для молодёжи: пособие / Комитет по развитию МиСП РД. - Махачкала : Домпресс, 2011; 2012.
35. Основы менеджмента: Учебное пособие Абдуллаева Т.К., Атуева Э.Б. Магомедова Т.В. Махачкала, ДГТУ, 2007(Гриф УМО)
36. Оксина К.Э. Организационное поведение: Учебник. М.: КноРус, 2009.
37. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник. – М.: Эксмо, 2006.
38. Поршнева А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнева А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008. (Гриф УМО).
39. Планирование и прогнозирование рынка в условиях рынка. Учебное пособие. – Махачкала: ДГТУ, 2009.
40. Тебекин А.В. Менеджмент организации: Учебник / Тебекин А.В., Касаев Б.С. – М.: КНОРУС, 2007. (гриф МО РФ)
41. Шабанов М.Г., Атуева Э.Б. Экономика и управление малым бизнесом : учеб. пособие ГОУ ВПО "ДГТУ". - Махачкала: [ДГТУ], 2009.
42. Шевчук Д.А. История менеджмента. /Учебное пособие/.«Эксмо», 2009. – 430 с.
43. Шеметов П.В., Петухова С.В. Теория организации./Учеб.пос., М.: Омега-Л, 2010. - 379с.
44. Яковлева С.М., Зевина Л.З. Экономическое развитие. – М., 2007.
45. www.comcon-2.com - сайт агентства Комкон
46. www.4p.ru - сайт о маркетинге
47. www.marketer.ru - сайт «Маркетер»
48. www.microsoft.com – корпоративный сайт компании Microsoft
49. www.promo.ru - сайт агентства интернет-рекламы

50. www.rbc.ru - информационное агентство РБК.ру
51. www.amazon.com - интернет-магазин Amazon.com
52. www.colibri.ru - интернет-магазин книг Colibri.ru
53. www.bizbook.ru - интернет-сайт магазина «Бизнес-книга»
54. www.guu.ru - официальный сайт Государственного университета управления
55. www.emeraldinsight.com - электронная база научной периодики Emerald
56. www.proquest.com - электронная база научной периодики ProQuest

ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ, СОСТАВУ И СОДЕРЖАНИЮ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются выпускающей кафедрой на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВПО в части требований к результатам освоения основной образовательной программы бакалавриата.

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра менеджмента должна соответствовать видам и задачам его профессиональной деятельности.

ВКР представляет собой самостоятельное логически завершенное исследование, связанное с решением научной или научно-практической задачи. При его выполнении студент должен показать способности и умения, опираясь на полученные знания, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, докладывать и отстаивать свою точку зрения перед аудиторией.

К защите выпускной квалификационной работы (ВКР) допускается обучающийся, успешно завершивший в полном объеме освоение образовательной программы по направлению подготовки (специальности) высшего (среднего) профессионального образования (переподготовки), успешно сдавший итоговый государственный экзамен(ы) и завершивший прохождение преддипломной практики.

Цель защиты выпускной квалификационной работы – установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВПО к квалификационной характеристике и уровню подготовки выпускника по направлению подготовки 080200.62 - Менеджмент.

Тематика и содержание ВКР должны соответствовать уровню компетенций, полученных выпускником в объеме базовых дисциплин профессионального цикла ООП бакалавра и дисциплин выбранной студентом профилизации. ВКР выполняется под руководством опытного специалиста – преподавателя, научного сотрудника вуза или его филиала. Темы ВКР могут быть предложены кафедрами или самими студентами. В их основе могут быть материалы научно-исследовательских или научно-производственных работ кафедры, факультета, научных или производственных организаций.

Дипломная работа и ее защита должны показать, что выпускник овладел методологией исследования проблем управления, в полном объеме усвоил основной материал изученных ранее курсов по направлению "Менеджмент". Своей дипломной работой выпускник доказывает, что он умеет самостоятельно разбираться в хозяйственном механизме и функционировании систем управления, овладел навыками работы с научными литературными источниками российских и зарубежных авторов по проблемам менеджмента, умеет грамотно (в научном смысле) изложить свои мысли и доводы.

Основными целями выпускной квалификационной работы являются:

1. **Систематизация**, закрепление и расширение теоретических и практических знаний выпускников по избранному направлению.
2. **Развитие** навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования при решении определенных проблем и вопросов в области экономики и управления малым бизнесом.
3. **Определение** уровня теоретических и практических знаний студентов, а также умение принять их для решения конкретных практических задач менеджмента малого бизнеса.

В ходе выполнения ВКР решаются следующие **задачи**:

- самостоятельное исследование актуальных вопросов профессиональной деятельности;
- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по специальным дисциплинам;
- углубление навыков ведения выпускником самостоятельной исследовательской работы, работы с различной справочной, специальной и периодической литературой, а также с электронными и сетевыми информационными ресурсами;
- овладение методикой исследования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем;
- изучение и использование современных методов аналитической и проектной работы в области экономико-управленческих систем малого бизнеса.

В процессе написания дипломной работы выпускники должны:

- овладеть навыками самостоятельной исследовательской аналитической работы, необходимыми для их будущей практической деятельности;
- расширить и углубить полученные теоретические и практические знания по направлению менеджмент;
- овладеть методами анализа практического материала на базе теоретических знаний;
- научиться систематизировать теоретические и практические знания по направлению менеджмент;
- научиться обобщать и критически оценивать теоретические положения, делать аргументированные выводы;
- научиться вырабатывать свою собственную точку зрения по актуальным проблемам экономики и управления;
- овладеть приемами доказательности своей точки зрения и выдвигаемых предложений;
- научиться решать сложные социально-экономические вопросы в условиях современной российской экономики.

Выпускная квалификационная работа по направлению менеджмент, должна иметь научно-исследовательский характер, т.е. содержать глубокий анализ, обобщение проблем и путей их решения по вопросам технологии, организации, планирования, экономики и менеджмента на предприятии и (или) его структурных подразделений.

Организация работы выпускников над ВКР возлагается на выпускающую кафедру и предусматривает следующие этапы:

- разработка тематики выпускных квалификационных работ с учетом актуальных проблем в развитии отечественного и мирового рынка, на основе деятельности предприятий, организаций, учреждений, которые, как правило, являются объектами преддипломной практики;
- формирование тем выпускной квалификационной работы на основе утвержденной тематики и/или заявок предприятий, организаций, учреждений;
- формирование заданий по основным разделам выпускной квалификационной работы;
- организация преддипломной практики студентов;
- руководство выполнения студентом выпускной квалификационной работы;
- организация внешнего рецензирования качества выпускной квалификационной работы.
- организация защиты выпускной квалификационной работы.

Объем выпускной квалификационной работы бакалавра, как правило, не должен превышать 70- 80 страниц.

Пояснительная записка к ВКР формируется из следующих элементов:

- Титульный лист;
- Задание;
- Содержание;

- Введение;
- Основная часть ВКР, состоящая из трех глав: теоретической, аналитической и практической;
- Заключение;
- Библиографический список используемых источников (литературы);
- Приложения.
- Демонстрационные материалы.
- Отзыв руководителя и отзыв рецензента, помещенные в отдельные файлы.

Пояснительная записка переплетается типографским способом.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА

а) Основная литература

1. ГОСТ 7.1.- 2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления [Текст] введ. 2004- 07-01 – Москва : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации; -М.: Издательство стандартов, 2004 – 95 с.
2. Бодрунов С.Д., Кричевский М.Л., Сироткин В.Б. [Текст]: «Методические указания по проведению итоговой государственной аттестации бакалавров, магистров по направлению 521500 «Менеджмент» и менеджеров по специальности 061100 «Менеджмент организации» [Текст]: – СПб., ГУАП, 2005. 55 с.
3. Дипломное проектирование: учеб. пособие/ Ю.Р. Еналеева, В.И. Маколов, Т.А. Салимова (и др.); под ред. Проф. Т.А. Салимовой. [Текст]: – Саранск: Изд-во Мордов. Ун-та, 2008.- 184 с.
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Упр. персоналом" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. , Баткаева, И. А. Захаров, Д. К. Иванов, А. М. Ивановская, Л. В. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 430 с.
5. Кузнецов, И. Н. Научное исследование. Методика проведения и оформления [Текст] : учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. - М : 2007, 457 с.
6. Кузнецов, И. Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Текст] : учеб.- метод. пособие / И. Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К , 2009 . - 339 с.
7. Куликов, В. П. Дипломное проектирование. Правила написания и оформления [Текст]: учеб./ В. П. Куликов. - М.: ФОРУМ, 2008 . - 160 с.
8. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование [Текст]: Учебное пособие/Под общ.ред. Э.М. Короткова и С.Д. Резника. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с. – (Высшее образование).
9. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - М. : Дашков и К , 2008 . - 243 с.
10. Резник, С. Д. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование [Текст]: учеб. пособие для эконом. спец. вузов / под общ. ред. Э. М. Короткова, С. Д. Резника, В.В. Бондаренко, С.Ш. Левина, Э.В. Минько. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 368 с.

б) Дополнительная литература

11. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: [Принята всенародным голосованием 12.12.1993]: офиц. текст : по состоянию на 14.10.2005. – 79 кб.

12. Федеральный закон от 22.08.96 № 125-ФЗ (ред. от 07.07.2003) "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" (принят ГД ФС РФ 19.07.96)
13. Закон РФ от 10.07.92 № 3266-1 (ред. от 07.07.2003) "Об образовании".
14. ГОСТ 7.1.84. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления [Текст] введ.1986- 01-01.— Москва: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации ; М. : Изд-во стандартов, 1984. — 75 с.
15. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 25.03.2003 № 1155 "Об утверждении Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации" (зарегистрирован в Минюсте России 05.05.2003 per. № 4490).
16. Вахрин, П. И. Методика подготовки и процедура защиты дипломных работ по финансовым и экономическим специальностям [Текст]: учебное пособие / П. И. Вахрин. - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг" 2000.
17. Волков, Ю. Г. Диссертация: подготовка, защита, оформление [Текст]: практическое пособие / Ю. Г. Волков. - М.: Гардарики, 2001.
18. Дипломный проект по программам «Мастер делового администрирования, MBA» [Текст]: методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите. - М.: Международный университет (в Москве), 2002.
19. Кибанов А.Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: Учебное пособие. – М ИНФРА – М, 2007.
20. Кудрявцев, Е. М. Оформление дипломного проекта на компьютере [Текст]. / Е. М. Кудрявцев. - М.: ДМК Пресс, 2004. - 223 с.
21. Кузнецов, И. Н. Курсовые и дипломные работы: От выбора темы до защиты [Текст]: справ. пособие / И.Н. Кузнецов. - Минск: Мисанта , 2003. - 415 с.
22. Лудченко, А. А. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие для вузов / под ред. А. А. Лудченко, Я. А. Лудченко, Т. А. Примак.-Киев: Знание, 2000. - 114 с.
23. Меняев, М. Ф. Управление проектами. MS Project [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Менеджмент организации" / М. Ф. Меняев. - М.: Омега-Л , 2005 . - 275 с.
24. Сабитов, Р. А. Основы научных исследований [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р.А. Сабитов. - Челябинск : ЧелГУ, 2002 . - 2,83 МБ, 140 с.
25. Сапаров, В. Е. Дипломный проект от А до Я [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. Е. Сапаров. - М. : СОЛОН-Пресс, 2004. - 218 с.
26. Федотова, С. В. Подготовка учебной презентации средствами Microsoft Power Point [Электронный ресурс]: лекции . - [2006] . - 378 КБ, 8 с.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы

Для практических занятий и самостоятельной работы студентов:

- использование Microsoft Excel для реализации научных методов исследования, выполнения расчетов динамических статистических и экономических показателей;
- технологии Internet для поиска материала для выполнения индивидуальных работ и работ по заданию преподавателя;
- Outlook Express или любая другая почтовая программа для реализации электронных консультаций с преподавателем в режиме off-line;
- Microsoft Word для оформления письменных индивидуальных и творческих заданий преподавателя; оформления индивидуальных работ и рефератов;
- Microsoft Power Point для изучения правил составления электронной презентации дипломного проекта и подготовки демонстрационного материала к защите индивидуальной работы по дисциплине.