

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Интегрированные коммуникации»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.01.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы – 144 часа

3. Содержание дисциплины: Коммуникация и коммуникативные процессы в обществе. Причины возникновения и развития интегрированных коммуникаций. Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций. Теоретические основы коммуникаций. Коммуникационные модели. Современные технологии, средства и инструменты интегрированных коммуникаций. Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента коммуникации. Marketing mix и ИМК. Взаимосвязь Marketing mix и ИМК. Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности. Средства распространения рекламы. Традиционные и нетрадиционные носители рекламы. Возможные барьеры процессу интеграции и проблемы использования ИК. Новые формы маркетинговых коммуникаций. Использование CRM программы в коммуникационной деятельности предприятия.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

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

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

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

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

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы исследований в маркетинге»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Методы исследований в маркетинге» относится к дисциплинам Блока 1 базовая часть Б.1. Б.02.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Содержание и направление маркетинговых исследований». Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Проектирование МИС. Отличительные особенности маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. выбор методов проведения маркетинговых исследований, эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований, определение методов сбора данных, составление анкет (вопросника), сбор и анализ данных, организация выборочных полевых исследований.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1). способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

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

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: ...Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный стратегический анализ в маркетинге»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Современный стратегический анализ в маркетинге» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.03

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Сущность и становление стратегического управления. Формирование миссии и стратегии предприятия. Критерии классификации, генезис и виды стратегий. Последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии. Стратегический анализ среды управления. Стратегическое планирование. Реализация стратегии, стратегический контроль и бенчмаркинг. Маркетинговое планирование: назначение и виды маркетинговых планов. Факторы конкурентоспособности. Виды конкурентных стратегий. Анализ конкурентных преимуществ: теории конкурентоспособности и основные конкурентные силы. Портфельные стратегии и их анализ. Стратегическая сегментация рынка.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: Наниева Л.В. к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика рекламы»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.04.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Теория и практика рекламы является основой для формирования компетенций специалиста в области коммуникативных технологий. Владение этими технологиями формируют серьезную группу конкурентных преимуществ, особенно в бизнес-процессах. Для изучения курса необходимо знать основы маркетинга, маркетинговые исследования, систему интегрированных коммуникаций и ряд предметов бакалаврского уровня. **Цель** - формирование у студентов магистерской программы глубокого понимания теоретических основ рекламы, выработка научного взгляда на рекламную деятельность, понимание ее практических аспектов, что поможет им в будущем создавать рекламные объявления, разрабатывать и проводить рекламные кампании, оценивать эффективность управления коммуникациями.

Задачи:

–сформировать компетенции, необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и технологий, применяемых в рекламе и связях с общественностью;

–сформировать кругозор будущих магистров путем освоения ими исторических знаний о рекламе и эволюционирующим развитием видов, средств и технологий рекламы;

–раскрыть сущность рекламы как формы социальной коммуникации, которая является фактором формирования культурной и общественной жизни;

–достичь понимания студентами современных отечественных и зарубежных исследований рекламной деятельности, нормативных документов в этой сфере.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3)
- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6)

5. Форма контроля: экзамен.

6. Разработчик: _____

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика связей с общественностью»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к дисциплинам Блока базовой части Б1.Б.05.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы – 72 часа.

3. Содержание дисциплины: Роль связей с общественностью в современном обществе. Основные организационные структуры в связях с общественностью. Технологии PR. Коммуникации и имидж в сфере связей с общественностью. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации. Общественное мнение в PR деятельности. СМИ как основной канал воздействия PR технологий.

Телефонные переговоры как форма коммуникативного взаимодействия.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК – 2);

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

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК – 2).

5. Форма контроля: зачёт

6. Разработчик: Наниева Л.В. , к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Инновационные технологии и стратегии в бизнесе»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Инновационные технологии и стратегии в бизнесе» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.06

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Инновационная деятельность как объект управления. Основные принципы и особенности управления инновационными процессами. Инновационное предпринимательство и мотивация инновационной деятельности. Управление инновационными технологиями организация инновационных процессов на уровне предприятия. Влияние инноваций на развитие социально-экономических систем» Жизненные циклы развития инноваций. Влияние инноваций на пределы развития в социально-экономических системах. Системный подход в инновационном управлении. Развитие социально-экономических систем на основе инноваций. Стратегия инновационной деятельности. Эффективность внедрения инновационных технологий. Методы расчета эффективности инноваций. Затраты в инновационном процессе. Содержание инновационных процессов. Закономерности стадий инновационного цикла. Макро и микро уровневые инновационные процессы. Ресурсное обеспечение инновационной деятельности.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

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

- способность управлять организациями, подразделениями, группами сотрудников, проектами и сетями (**ПК-1**)

- способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (**ПК-2**)

- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (**ПК-10**)

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: Наниева Л.В., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «История рекламы и PR»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «История рекламы и PR» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.01.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

3. Содержание дисциплины: Дисциплина дает необходимые знания об основах технологий рекламы и связей с общественностью, формах реализации рекламных и PR-кампаний, знакомит с различными классификациями основных форм коммуникативного взаимодействия.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК 6).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика современного маркетинга»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Теория и практика современного маркетинга» относится к дисциплинам Блока I вариативной части Б.1.В.02.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: содержание маркетинга и основные исторические этапы его развития; основы маркетингового планирования; исследование поведения потребителей; промышленный маркетинг; товар, конкурентоспособность товарного ассортимента; ценовые стратегии в маркетинге; организация сбытовой деятельности; организация маркетинга на предприятиях.,.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности. (ОПК-1).
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития изменений и обеспечивать их реализацию. (ПК-2);
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения. (ПК-4);
- Способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания. (ПК-10)

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Конкуренция на рынке товаров и услуг»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Конкуренция на рынке товаров и услуг» относится к дисциплинам Блока вариативной части – Б1.В.03.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы – 72 часа.

3. Содержание дисциплины: Конкуренция на рынке товаров и услуг, ее предпосылки в современной экономике. Конкурентная среда и конкурентная функция. Сила и слабость конкурентов. Конкурентные позиции. Конкурентные действия. Конкурентный потенциал. Менеджмент конкурентных действий. Стратегии конкурентных действий. Разработка конкурентных стратегий. Стимулирование, организация и контроль применения стратегий конкурентных действий. Стратегический менеджмент конкурентных действий. Тактика конкурентных действий.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

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

5. Форма контроля: зачёт

6. Разработчик: Абаева С.К., к.с/х.н.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Логистика в бизнесе»(продвинутый курс)

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Логистика в бизнесе» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.04.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

3. Содержание дисциплины: Цель: формирование у студентов-магистрантов системы знаний, умений и навыков управления материальными потоками в рамках воспроизводственного процесса, в ориентации на целостное видение процессов в логистике и в их связи с особенностями функционирования инфраструктурного комплекса. Теоретическая часть курса излагается в лекциях, преследующих цель дать представление о логистике как о современной деловой философии, с одной стороны, и практической деятельности фирмы в условиях современных рынков – с другой. Изучение теории логистики построено таким образом, чтобы сформировать целостное представление о логистической системе, как процессе рационализации управления материальным потоком в пространстве и во времени. Лекционный курс является базой для последующего получения обучающимися самостоятельных навыков по технологии логистической деятельности, которые приобретаются на занятиях, проводимых в активных формах: деловые игры; ситуационные семинары «кейс стади» (case study); практические задания, выполняемые в классе.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК- 6).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: _____

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинговый анализ и ситуационный анализ»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинговый анализ и ситуационный анализ» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.05.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы (144 часа)

3. Содержание дисциплины: Основной целью изучения дисциплины «Маркетинговый анализ и ситуационный анализ» является формирование у магистров теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетингового исследования и разработки на основе его результатов компетентных управленческих решений. Основными задачами учебной дисциплины «Маркетинговый анализ» являются в теоретической и методологической областях – освоение методологий маркетинговых исследований и изучение современных технологий маркетинговых исследований; в практической области – овладение навыками разработки программ маркетинговых исследований и умение их проведения.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими профессиональными компетенциям (ПК):

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8).

5. Форма контроля: экзамен.

6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х. , к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Правовое регулирование рекламной деятельности и PR»

1. Место учебной дисциплины Правовое регулирование рекламной деятельности и PR в структуре ОПОП

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б.1В.ОД.6

2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы (108 часа)

3. Содержание дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности и PR» связано с рядом учебных дисциплин, предусмотренных государственным стандартом

Приступая к изучению дисциплины, студент должен обладать следующими знаниями, умениями и компетенциями:

Знания: Основные понятия юридической науки: норма права, источники права, нормативный правовой акт, правоотношения.

Умения: Применять полученные теоретические знания для квалификации. Использовать приобретенные знания для анализа юридической практики. Анализировать и сравнивать научную и специальную литературу, нормативно – правовые акты.

Навыки: Владеть методологией исследования нормативно-правовых актов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими профессиональными компетенциям (ПК):

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

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: Дзанагова М.К., к.ю.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика потребительского поведения»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Теория и практика потребительского поведения» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.07.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы (144 часа)

3. Содержание дисциплины: Дисциплина «Теория и практика потребительского поведения» является одной из профильных дисциплин для подготовки магистрантов по специальности «Менеджмент», программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью». Она входит в блок базовых дисциплин специализации, раскрывающих поведенческие аспекты реакции потребителей на стратегию и тактику маркетинга. Целью настоящего курса является обучение магистров основам работы с потребителями. В задачи курса входят: последовательное изучение основ маркетинга, ориентированного на потребителя, сегментирования потребительского рынка, факторов влияния на поведение потребителей, процесса принятия решения о покупке и послепокупочного процесса.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7).

5. Форма контроля: экзамен.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Разработка маркетинговой программы в стратегии компании»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Разработка маркетинговой программы в стратегии компании» относится к дисциплинам Блока 1 вариативная часть Б.1.В.08.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы (144 ч.)

3. Содержание дисциплины: Планирование маркетинга, анализ существующего бизнеса, стратегия маркетинга, программы маркетинга, разработка плана маркетинга, управление планированием маркетинга, бизнес-план и его связь с программой маркетинга.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития изменений и обеспечивать их реализацию. (ПК-2);

- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач(ПК-3)

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

- владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: ... Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Разработка рекламных компаний и PR проектов»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Разработка рекламных компаний и PR проектов» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.09.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы (144 часа)

3. Содержание дисциплины: Программа курса «Разработка рекламных компаний и PR-проектов» представляет собой специально организованный образовательный инструментарий для активизации самостоятельной, интеллектуальной и творческой работы с целью помочь магистрантам выстроить собственные представления и понимание необходимости разработки рекламных компаний в деятельности предприятий, фирм и компаний. Предметом курса «Разработка рекламных компаний и PR-проектов», являются теоретическо-исследовательские, практические и методологические основы разработки рекламного и PR сопровождения проекта. Программа дает целостное представление о характере и специфике рекламной работы. Цель курса – дать магистрантам теоретические и практические знания, умения и навыки использования разработки рекламных и PR – компаний. Основными задачами курса являются:

- сформировать комплекс знаний о рекламной и PR–кампаниях;
- выработать представление об основных видах и этапах разработки рекламной и PR-кампаний;
- сформировать комплекс представлений о маркетинговых исследованиях и его –инструментах.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2)
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2)

5. Форма контроля: экзамен.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Репутационный менеджмент»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.10.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 ч.)

3. Содержание дисциплины: Деловой имидж и его роль в профессиональной деятельности. Персональный деловой имидж: структура и факторы формирования. Стратегии и технологии формирования делового имиджа. Индивидуальный имидж. Характеристики имиджа по Т. Лебедевой. Имидж индивидуальный, обещающий, комплицитный, легитимный, идентичный имидж. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.

Формирование корпоративного имиджа. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Формирование имиджа, репутации и бренда территории в современном мире. Территориальная индивидуальность. Особенности управления имиджем территории. Анализ имиджа РСО-А на современном этапе.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3,);

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

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

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Бегиева А.Ш., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Интернет-маркетинг»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к дисциплинам Блока 1 вариативная часть Б.1.В.11.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Интернет-маркетинг: определение и особенности, стратегия интернет – маркетинга, инструменты интернет –маркетинга, аналитика в интернете, сайт и контент, инструменты привлечения трафика на сайт, стратегия продвижения брендов в цифровых каналах, стратегия продвижения брендов в цифровых каналах, мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1).
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).
- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10)

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: ...Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Коммуникативное взаимодействие»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Коммуникативное взаимодействие» относится к Блоку 1 дисциплинам по выбору Б1.В.ДВ.01.01.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (36 часа)

3. Содержание дисциплины: Специфика и функции коммуникативных взаимодействий. Вербальные и невербальные средства коммуникаций. Установление контакта с партнерами. Работа с возражениями партнера. Тактика завершения переговорного процесса. Стратегия «мягкой» и «жесткой позиции». Индивидуальные различия коммуникативной деятельности. Барьеры, возникающие при общении и способы их преодоления. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях конфликта. Переговоры как искусство коммуникативного взаимодействия. Приемы деловых коммуникаций. Телефонные переговоры как форма коммуникативного взаимодействия. Имидж делового человека. Деловой этикет.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4)
- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: Наниева Л.В., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Иностранный язык в профессиональной деятельности»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части, дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.02.01

2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы (108ч.)

3. Содержание дисциплины:

1. High Technology Equipment.
2. Negotiating the Sale of a Hotel.
3. Project management.
4. On Marketing.
5. Marketing and Advertising.
6. On Management in Russia.
7. General Conditions of Sale.
8. Economics of the firm and industry markets.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6)

5. **Форма контроля:** зачет.

6. **Разработчик:** Кабалоева И.М. к. пед. н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Бизнес курс иностранного языка»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Бизнес курс иностранного языка» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части, дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.02.02

2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы (108 ч.)

3. Содержание дисциплины:

1. Communication.
2. International marketing.
3. Building relationships.
4. Success.
5. Capital.
6. Debt and debt problems.
7. Direct marketing.
8. Successful advertising.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кабалоева И.М. к. пед. н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный опыт в рекламном бизнесе»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Международный опыт в рекламном бизнесе» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.ДВ.03.01.

2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица (36 часов).

3. Содержание дисциплины: Цель дисциплины: формирование знаний, умений и навыков обеспечивающих возможность проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности на основе принципов международного рекламного бизнеса. Задачи дисциплины:

- изучить организацию международного бизнеса;
- овладеть знаниями в области международных правил и норм конкуренции;
- выработать навыки применения системного подхода к анализу направлений развития современных концепций и теорий международного рекламного бизнеса;
- овладение студентами базовым понятийным аппаратом дисциплины;
- изучение важнейших дисциплинарных концепций и теорий;
- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

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

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциям (ОПК):

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Технологии управления общественным мнением»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.ДВ.03.02.

2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица (36 часов).

3. Содержание дисциплины: Программа разработана для учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением», предусмотренной учебным планом для подготовки магистров направления 38.04.02 Менеджмент по программе «Маркетинг, реклама и связи и общественностью». Целями освоения дисциплины «технологии управление общественным мнением» являются: формирование у студентов знаний об общественном мнении как социальном институте; развитие у учащихся умений и навыков управления общественным мнением. Достижение поставленных целей, объективно связано с решением следующих задач:

- овладение студентами базовым понятийным аппаратом дисциплины;
 - изучение важнейших дисциплинарных концепций и теорий;
 - формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения,
 - структуре и функциях общественного мнения;
 - изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением;
 - знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения;
- приобретение навыков практического осуществления управления общественным мнением.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

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

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциям (ОПК):

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Территориальный маркетинг»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Территориальный маркетинг» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.ДВ.04.01

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

3. Содержание дисциплины: Основы территориального маркетинга: сущность, принципы и субъекты. Разновидности территориального маркетинга. Территория как объект управления. Уровни применения маркетинга территорий: страна, регион, город. Инструменты маркетинга территорий. Стратегии маркетинга территории, их цели и интересы. Реклама и другие коммуникации в маркетинге территорий. Бренды территорий и их структура. Брендинг территории. Выставочно-ярмарочная деятельность как фактор развития экономики территорий. Интернет- маркетинг территорий. Формирование привлекательного имиджа территории. Конкурентоспособность территории. Оценка конкурентных преимуществ территории. Система коммуникаций в маркетинге территорий.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Медиапланирование»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Медиапланирование» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.ДВ.04.02

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

3. Содержание дисциплины: Цель учебной дисциплины: изучение основных понятий медиапланирования в системе маркетинговых коммуникаций для понимания сущности рекламных и бизнес-процессов. Курс нацелен на приобретение студентами базовых знаний по медиапланированию для эффективного управления коммуникациями в различных социальных сферах и на государственных и коммерческих предприятиях.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с курсом «Медиапланирование» как профессиональной деятельностью;
- дать студентам конкретные навыки медиапланирования;
- дать обзор медиастратегий;
- рассказать об отличиях медийного планирования от других видов деятельности специалиста в рекламной практике.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).

5. Форма контроля: зачет.

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Особенности рекламы и PR в банковской деятельности»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Особенности рекламы и PR в банковской деятельности» относится к дисциплинам Б1.В.ДВ.05.01 Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы (72 ч.)

3. Содержание дисциплины: Теоретические аспекты осуществления банковского маркетинга. Понятие и цели банковского маркетинга. Банковское дело как вид предпринимательской деятельности не составляет исключения. Целью политики руководства банка и работы всех его служб является привлечение клиентуры, расширение сферы услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, - увеличение получаемой прибыли. Основные приемы банковского маркетинга. Понятие и формирование целевого рынка. Реклама и торговая марка как элементы банковского маркетинга. Новые тенденции в развитии банковского маркетинга.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине. ОК-1; ОПК-1; ПК-4

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-4).

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: ...Цуциева О.Т., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Организация системы мерчендайзинга»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Организация системы мерчендайзинга» относится к дисциплинам по выбору Б1.В.ДВ.06.01

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Определение, цели, задачи и принципы мерчендайзинга. История и современное развитие мерчендайзинга. Особенности мерчендайзинга поставщика. Мерчендайзинговый подход к планировке магазина. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчендайзинга.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

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

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: ...Караев А.Б.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Внутримагазинная реклама»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Внутримагазинная реклама» относится к дисциплинам по выбору Б1.В.ДВ.06.02

2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Определение, цели, задачи и принципы внутримагазинной рекламы . Средства внутримагазинной рекламы и их роль в повышении уровня обслуживания покупателей . POS-материалы и POP-материалы. Правила применения внутри магазинной рекламы . Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности . Эффективность внутримагазинной рекламы на пп. магазина «Квартал вкуса» .1 Анализ финансово-экономической деятельности пп. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

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

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: ...Караев А.Б.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Кросскультурный менеджмент в системе PR»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Кросскультурный менеджмент в системе PR» относится к дисциплинам Б1.В. ДВ.7.1. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы (144 ч.)

3. Содержание дисциплины: Разнообразие деловых культур в международном бизнесе. Модель культуры в теории Э.Холла. Модель культуры в теории Г.Хофстеде на основе системы ценностей. Модель культуры в теории Ф.Тромпенарс на основе установления культурных различий. Межкультурная коммуникация. Деловые культуры стран низко- контекстуального типа культур. Деловые культуры стран средне-контекстуального типа культур и России. Деловые культуры стран высоко- контекстуального типа культур.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: ...Цуциева О.Т., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Перфоманс-маркетинг»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Перфоманс-маркетинг» относится к дисциплинам факультативы.

2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица

3. Содержание дисциплины: сущность перфоманс- маркетинга; реализации перфоманс стратегии; определение области бизнес- задач клиента в маркетинге; подбор наиболее эффективных каналов продвижения в интернете; инструменты для оптимального решения бизнес- задач.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Стартап в цифровой сфере»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Стартап в цифровой сфере» относится к дисциплинам факультатива.

2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица

3. Содержание дисциплины: основные понятия стартап-среды; мотивации предпринимателя и ее виды; команда стартапа; анализ конкурентов и рынка; бизнес-модель и модели монетизации стартапов в цифровой среде; особенности и отличия аудитории стартапов; маркетинг и PR стартапа; оценка эффективности стартапа; финансирование стартапов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)

5. Форма контроля: экзамен

6. Разработчик: Кучиева И.Х..

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учебная) относится к дисциплинам Блока 2 вариативная часть Б.2.В.01.

2. Объем дисциплины: 6 зачетных единиц

3. Содержание практики:

1. *Общая характеристика предприятия*

1.1 Организационно-правовая форма предприятия, учредительные документы

1.2 Структура предприятия, анализ эффективности управления

1.3. Характеристика выпускаемой продукции (номенклатура, ассортимент, оценка качества).

1.4. Использование основных производственных ресурсов: характеристика, объемы, анализ рынка

1.5. Кооперационные связи и сбыт продукции (характеристика основных поставщиков сырья и основных потребителей продукции с выделением потребителей в странах СНГ и дальнего зарубежья).

2. *Оценка производственного потенциала предприятия*

2.1. Производственная мощность предприятия

2.2 Основные производственные фонды (стоимость, структура, используемая методика переоценки стоимости основных фондов)

2.3. Техничко-экономическая оценка состояния основных активов: недвижимость, машины и оборудования, нематериальные активы (средний возраст зданий, оборудования, степень износа, коэффициент сменности; использование НМА)

2.4. Анализ эффективности использования основных активов (по показателям и по факторам)

3. *Трудовой потенциал предприятия*

3.1. Численность, структура персонала, анализ его движения

3.2 Система подготовки и повышения квалификации персонала

3.3 Организация оплаты труда

3.4 Формы стимулирования

4. *Финансовое состояние предприятия*

4.1. Прибыль (убытки), ее распределение. Динамика прибыли

4.2 Рентабельность, в том числе по факторам (индексный метод)

4.3. Себестоимость продукции. Методика ее исчисления и анализа. Методы калькулирования

4.4 Необходимость финансовой помощи предприятию со стороны государства (льготные кредиты, субсидии, дотации и др.), в том числе на содержание предприятием объектов социальной инфраструктуры

5. Анализ основных показателей деятельности предприятия: реализация товаров и услуг, себестоимость, издержки обращения, доходы и прибыль.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

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

- способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3).

5. Форма контроля: зачет с оценкой

6. Разработчик: ... Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «Научно – исследовательская работа»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Научно – исследовательская работа относится к дисциплинам Блока 2 вариативной части Б2.В.02(Н) Научно-исследовательская работа проводится на 1-2 курсах в 1-м, 2-м, 3-ем семестрах.

2. Объем дисциплины: 11 зачетных единиц

3.Содержание практики: Основной целью является развитие способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в современных условиях турбулентности мировой и российской экономики. Научно-исследовательская работа в семестре выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно исследовательских работ магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой магистерской диссертации. Задачами НИР является:

–развитие навыков постановки цели, задач и гипотезы исследования, выделение его объекта и предмета;

–формирование становления профессионального научно-исследовательского мышления магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

–формирование умений использовать современные технологии информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;

–формирование готовности проектировать и реализовывать в образовательной практике новое содержание учебных программ, осуществлять инновационные образовательные технологии;

–обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию

–инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

–самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;

–проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

• способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
• готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

• способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

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

• способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

• способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

• способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

• способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

• способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с

разработанной программой (ПК-9);

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10).

5. Форма контроля: зачет с оценкой.

6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

«Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая) относится к дисциплинам Блока 2 вариативная часть Б.2.В.04.

2. Объем дисциплины: 6 зачетных единиц

3. Содержание практики:

- Изучение истории создания предприятия, устава предприятия
- Изучение общих организационно-управленческих аспектов деятельности организации: .
 - а) структура управления предприятием,
 - б) организация работы предприятия.
- Информационное и документационное обеспечение деятельности предприятия..
- Анализ экономических показателей предприятия
- Анализ финансовой деятельности предприятия
- Анализ маркетинговой деятельности предприятия
- Изучение методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.
- Освоение количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований, а также составления аналитических материалов по результатам их применения.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате прохождения производственной практики у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК- 3);
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4)
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6)

5. Форма контроля: зачет с оценкой

6. Разработчик: Караев А.Б.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

«Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая) относится к дисциплинам Блока 2 вариативная часть Б.2.В.05.

2. Объем дисциплины: 6 зачетных единиц

3. Содержание практики: Педагогическая практика осуществляется в форме педагогической или методической работы, соответствующей специализации студента. В качестве индивидуального задания студенту поручается одно из следующих:

- участие магистранта в подготовке лекции по теме, определенной руководителем магистерской диссертации и соответствующей направлению научных интересов магистранта;
- подготовка и проведение семинара по теме, определенной руководителем магистерской диссертации и соответствующей направлению научных интересов магистранта;
- подготовка кейсов, материалов для практических работ, составление задач и т.д. по заданию научного руководителя;
- участие в проведении деловой игры для студентов;
- участие в проверке курсовых работ и отчетов по практикам;
- другие формы работ, определенные научным руководителем

Планируемые результаты обучения по дисциплине.

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (**ОК- 3**);
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (**ОПК-1**);
- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (**ПК-10**)

5. Форма контроля: зачет с оценкой, отчет

6. Разработчик: ...Бекмурзаева З.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ Б2.В.05(П) «Преддипломная практика

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Преддипломная практика студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», является составной частью основной образовательной программы высшего образования. Практика относится Блоку 2 вариативной части Б2.В.05(П). Проводится на 2 курсе во 4-м семестре в течение 9-ти недель в организациях и учреждениях, осуществляющих различные виды деятельности.

2. Объем дисциплины: Общая трудоемкость преддипломной практики магистров составляет 13 зачетных единиц.

3. Содержание практики: закрепление теоретических знаний, полученных при обучении, а также приобретение навыков самостоятельной работы

1. Изучение истории создания предприятия, устава предприятия

2. Изучение общих организационно-управленческих аспектов деятельности организации: .

а) структура управления предприятием,

б) организация работы предприятия.

4. Информационное и документационное обеспечение деятельности предприятия..

5. Анализ экономических показателей предприятия

6. Анализ финансовой деятельности предприятия

7. Анализ маркетинговой деятельности предприятия

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

• способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

• готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК- 3);

• способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

• способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

• способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

• способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

• способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе преподавания (ПК-10).

5. Форма контроля: дифференцированный зачет с оценкой, отчет

6. Разработчик: Кучиева И.Х., к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ
Государственной итоговой аттестации (ГИА)
«Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена»
«Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедура защиты»

1. Место Государственной итоговой аттестации (ГИА) в структуре ОПОП.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и сдачу государственного экзамена Б3.Б.01(Г), защиту выпускной квалификационной работы Б3.Б.02.(Д), относится к блоку 3 базовой части учебного плана магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

2. Объем времени на прохождение Государственной итоговой аттестации (ГИА) - 9 зачетных единиц.

3. Содержание: Государственная итоговая аттестация включает в себя два блока:

- 1) подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена Б3.Б.01(Г)
- 2) защиту ВКР, включая подготовку к защите и процедуру защиты Б3.Б.02(Д)

Целями и задачами ГИА являются установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач, определение соответствия результатов освоения ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» - магистратура соответствующим требованиям ФГОС ВО, оценка степени овладения выпускником общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, принятие решения о присвоении выпускнику степени магистр по направлению подготовки.

Итоговая аттестация направлена на формирование общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных компетенциями (ПК) в области организационно-управленческой, административно-технологической, проектной, консультационной информационно-аналитической, научно-исследовательской и педагогической деятельности.

Процедура прохождения Государственной итоговой аттестации (ГИА) включает:

подготовку к сдаче, сдачу государственного экзамена, а также защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты.

Выпускная квалификационная работа для степени «магистр» – в форме магистерской диссертации. Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой, обсуждаются на заседаниях кафедры, Совете факультета и утверждаются приказом ректора университета.» К защите выпускной квалификационной работы допускается магистрант, успешно и в полном объеме завершивший освоение основной образовательной программы по направлению подготовки высшего профессионального образования 38.04.02 «Менеджмент» и успешно сдавший все экзамены, предусмотренные итоговой аттестацией. Выпускная квалификационная работа направлена на формирование общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных компетенциями (ПК) в области организационно-управленческой, административно-технологической, проектной, консультационной информационно-аналитической, научно-исследовательской и педагогической деятельности.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В ходе государственной итоговой аттестации подлежат проверке знания, умения и навыки всех общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных, поименованных в ФГОС по направлению подготовки 38.04.02 компетенций:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
 - к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК- 3)
- общепрофессиональными компетенциями:
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

организационно-управленческая деятельность:

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

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

аналитическая деятельность:

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

- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе преподавания (ПК-10);

5. Форма контроля: дифференцированная оценка при сдаче государственного экзамена и дифференцированная оценка при защите ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

6. Разработчик: Кучиева И.Х. к.э.н., доцент