

УТВЕРЖДАЮ  
Декан экономического факультета



Д.Ю. Брюханов

(подпись)

«26» апреля 2023 г.

**Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент**  
**Магистерская программа «Маркетинг»**  
**Прием 2023 год**

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**«Иностранный язык в деловом и профессиональном общении»**

1. Дисциплина «Иностранный язык в деловом и профессиональном общении» относится к обязательной части Блока 1.
2. Целью освоения дисциплины «Иностранный язык в деловом и профессиональном общении» является формирования компетенции, способной решать задачи межличностного, межкультурного и профессионального взаимодействия в устной и письменной формах на иностранном языке. На этапе магистратуры изучение иностранного языка определяется как профессионально-ориентированный курс, способствующий выполнению задач эффективной коммуникации в профессиональной среде.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
4. Содержание дисциплины:

| № п/п | Раздел дисциплины               |
|-------|---------------------------------|
| 1.    | Science as It Is                |
| 2.    | Organization management         |
| 3.    | An Approach to Academic Writing |
| 4.    | Writing a Summary and Rendering |
| 5.    | Presenting a Research           |
| 6.    | Planning a Career               |

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Межкультурная коммуникация»**

1. Дисциплина «Межкультурная коммуникация» относится к обязательной части Блока 1.
2. Целью освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация» является ознакомление обучающихся с основными принципами и понятиями, задачами межкультурной коммуникации, а также формирование представления о разнообразных научных подходах к специфике межкультурного взаимодействия с учетом особенностей отдельных этнических, религиозных, социальных групп. Дисциплина также направлена на развитие навыков самостоятельного применения теоретических знаний об особенностях межкультурной коммуникации к конкретным ситуациям для реализации потенциала к межкультурному диалогу в рамках будущей профессиональной деятельности.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
4. Содержание дисциплины:

| №<br>п/<br>п | Раздел дисциплины  |
|--------------|--|
| 1            | Межкультурная коммуникация как междисциплинарная область социо-гуманитарного знания  |
| 2            | Типология и классификация культур. Национально-культурный аспект коммуникации.   |
| 3            | Виды межкультурной коммуникации.   |
| 4            | Культурная идентичность и национальный характер как центральные понятия межкультурной коммуникации                                   |
| 5            | Межкультурное взаимодействие, в т.ч. понятие культурного шока. Влияние внешних миграционных процессов на взаимодействие культур.     |
| 6            | Образы, имиджи, стереотипы в межкультурной коммуникации.   |
| 7            | Проблема понимания в межкультурной коммуникации.   |
| 8            | Модель / сценарии обучения межкультурной коммуникации. Основные направления и формы культурного обмена в межкультурной коммуникации. |

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Тренинг развития коммуникативных и личностных качеств»**

1. Дисциплина «Тренинг развития коммуникативных и личностных качеств» относится к обязательной части Блока 1.
2. Целью освоения дисциплины «Тренинг развития коммуникативных и личностных качеств» является ознакомление обучающихся с навыками эффективного общения, анализ условий для обращения участников к собственному опыту, выявление наиболее эффективных способов начала общения, поиск путей и тренировка навыков поддержания контакта.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
4. Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/<br/>п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>                        |
|-----------------------|---|
| 1                     | Профессиональные навыки слушания и понимания    |
| 2                     | Профессиональные навыки структурирования беседы |
| 3                     | Профессиональные навыки вербализации            |
| 4                     | Развитие невербальных навыков                   |
| 5                     | Профессиональные навыки убеждающего воздействия |

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Экономика фирмы (продвинутый уровень)»**

1. Дисциплина «Экономика фирмы (продвинутый уровень)» относится к обязательной части Блока 1.
2. Целями освоения дисциплины «Экономика фирмы (продвинутый уровень)» являются: формирование комплексных знаний о принципах и закономерностях функционирования фирмы как сложной хозяйственной системы; об организации процесса управления фирмой, об основных ресурсах фирмы и вопросах, связанных с их управлением; понимание процесса формирования затрат, и принципов калькуляции себестоимости; изучение основ финансового оздоровления фирмы.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

| №<br>п/п | Раздел дисциплины  |
|----------|--|
| 1.       | Общие положения  |
| 2.       | Ресурсы производственно-хозяйственной деятельности фирмы |
| 3.       | Затраты и финансы фирмы                                  |
| 4.       | Корпоративная социальная ответственность фирмы           |
| 5.       | Банкротство фирм и их финансовое оздоровление            |

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Теория конкуренции»**

- 1.** Дисциплина «Теория конкуренции» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Теория конкуренции» являются: формирование знаний о факторах и условиях развития современной конкурентной рыночной среды; представление о сущности конкуренции как важнейшего элемента рыночной экономики, ее природе, движущих силах, видах, формах в маркетинге; - развитие навыков конкурентного анализа рынков.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>  |
|------------------|---|
| 1.               | Сущность и роль конкуренции в современной рыночной экономике                                    |
| 2.               | Конкурентоспособность товара и методы ее оценки   |
| 3.               | Конкурентоспособность предприятия и конкурентные преимущества                                   |
| 4.               | Основные теории стратегий конкурентной борьбы и конкурентные стратегии фирм                     |
| 5.               | Современные трансформации конкурентной среды. Формирование, состав и роль кластеров в экономике |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Организационное проектирование»**

1. Дисциплина «Организационное проектирование» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1.
2. Целями освоения дисциплины «Организационное проектирование» являются: формирование теоретического представления о проектировании организаций как особом виде профессиональной деятельности; развитие практических навыков и умений разработки организационных проектов.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.
4. Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел<br/>дисциплины</b>                             |
|------------------|--|
| 1.               | Концепция организационного развития в теории организации |
| 2.               | Методы и инструменты организационного развития           |

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Методология и методика экономических исследований»**

- 1.** Дисциплина «Методология и методика экономических исследований» относится к обязательной части Блока 1.
- 2.** Целью освоения дисциплины «Методология и методика экономических исследований» является формирование у будущих выпускников знаний и умений в области теории, методологии и методов научного познания и научных исследований, а также их специфике в сфере управления.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>   |
|------------------|--|
| 1.               | Терминология и уровни научного исследования                        |
| 2.               | Основные философско-методологические проблемы научных исследований |
| 3.               | Диалектический метод познания: основные принципы и законы          |
| 4.               | Методологические проблемы научных исследований в экономике         |
| 5.               | Специальные методы научных исследований                            |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Информационные технологии в экономических исследованиях»**

- 1.** Дисциплина «Информационные технологии в экономических исследованиях» относится к обязательным дисциплинам Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Информационные технологии в экономических исследованиях» являются: овладение основными положениями методологии научных исследований экономических систем и процессов с использованием современных информационных технологий, развитие навыков исследовательской и информационно-аналитической работы в избранной предметной области.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>  |
|------------------|---|
| 1.               | Методологические основы исследования экономических систем и процессов                         |
| 2.               | Информационные технологии статистического анализа экономической информации                    |
| 3.               | Информационные технологии экономико-математического моделирования: оптимизационные модели     |
| 4.               | Информационные технологии экономико-математического моделирования: модели финансовых операций |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.



**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Комплекс маркетинга»**

- 1.** Дисциплина «Комплекс маркетинга» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Комплекс маркетинга» являются: ознакомление слушателей с основными составляющими комплекса маркетинга; представление слушателям теоретических основ маркетинговой деятельности; формирование навыков организации маркетинговой деятельности; развитие способностей анализа эффективности комплекса маркетинга.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>       |
|------------------|--------------------------------|
| 1.               | Введение в комплекс маркетинга |
| 2.               | Товар и товарная политика      |
| 3.               | Сбыт и Сбытовая политика       |
| 4.               | Цена и ценовая политика        |
| 5.               | Политика продвижения           |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Сбытовая политика»**

- 1.** Дисциплина «Сбытовая политика» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Сбытовая политика» являются: ознакомление слушателей с основными составляющими комплекса маркетинга; представление слушателям теоретических основ маркетинговой деятельности; формирование навыков организации маркетинговой деятельности; развитие способностей анализа эффективности комплекса маркетинга.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
- 4.** Содержание дисциплины:

| № п/п | Разделы дисциплины   |
|-------|--|
| 1.    | Концептуальные, методологические и практические основы разработки и реализации сбытовой политики фирмы |
| 2.    | Сбытовая стратегия и организация каналов распределения   |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Маркетинговые исследования»**

**1.** Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

**2.** Целями освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» являются: показать необходимость проведения маркетинговых исследований в современных рыночных условиях для принятия эффективных управленческих решений в области маркетинга; объяснить важность и роль информации при проведении маркетинговых исследований, ее правильного сбора и анализа; познакомить студентов с основными методами и способами сбора и анализа первичной и вторичной информации; показать особенности проведения маркетинговых исследований в различных областях маркетинговой деятельности.

**3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

**4.** Содержание дисциплины:

| №<br>п/п | Раздел дисциплины  |
|----------|--|
| 1.       | Процесс и этапы маркетингового исследования.   |
| 2.       | Качественные методы сбора информации   |
| 3.       | Количественные методы сбора информации.  |
| 4.       | Обработка и анализ маркетинговой информации. Основные направления статистического анализа маркетинговой информации |

**5. Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Маркетинг инноваций»**

- 1.** Дисциплина «Маркетинг инноваций» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» являются: формирование системного представления о развитии рынка инноваций как новом для отечественной науки и практики механизме распространения наукоемкой продукции и технологий, расширение и углубление их знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности с акцентом на специфику функционирования рынка инноваций.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>   |
|------------------|--|
| 1.               | Задачи и специфика маркетинга в инновационной сфере                            |
| 2.               | Особенности рынка инноваций.   |
| 3.               | Потребители инновационных продуктов  |
| 4.               | Методы и приемы продвижения новинок на рынок товара.                           |
| 5.               | Специфика инноваций. Их классификация Маркетинг интеллектуальной собственности |

- 5. Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Товарная политика»**

1. Дисциплина «Товарная политика» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
2. Целями освоения дисциплины «Товарная политика» являются: приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей покупателей; организация проведения маркетинговых исследований: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка товарной информации; приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

**4. Содержание дисциплины:**

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>      |
|------------------|-------------------------------|
| 1.               | Товарная политика организации |
| 2.               | Жизненный цикл товара (ЖЦТ)   |

**5. Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Интернет-маркетинг»**

1. Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
2. Целями освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» являются: формирование комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга, связанных с Интернетом при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании; приобретение практических навыков ведения рекламной кампании в сети Интернет.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

**4. Содержание дисциплины:**

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>                            |
|------------------|---|
| 1.               | Интернет-маркетинг как часть маркетинга             |
| 2.               | Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability.       |
| 3.               | Способы продвижения и критерии оценки эффективности |
| 4.               | Работа с интернет-аудиторией                        |

**5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.**

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Ценовая политика»**

**1.** Дисциплина «Ценовая политика» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

**2.** Целями освоения дисциплины «Ценовая политика» являются: приобретение знаний и умений по основополагающим факторам формирования цены, особенностям ценообразования, распространение и использование знаний в современных экономических условиях.

**3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

**4.** Содержание дисциплины:

| <b>№ п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>   |
|--------------|--|
| 1.           | Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе                             |
| 2.           | Факторы, оказывающие воздействие на цену                                     |
| 3.           | Методы ценообразования   |
| 4.           | Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства |
| 5.           | Ценовая политика организации   |

**5. Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Финансы маркетинга»**

1. Дисциплина «Финансы маркетинга» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1.
2. Целями освоения дисциплины «Финансы маркетинга» являются: приобретение студентами базовых знаний в области теории финансовых оценок маркетинговых решений и практике их финансового обоснования, получение навыков самостоятельных финансовых расчетов с целью совершенствования маркетинговой деятельности компаний.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
4. Содержание дисциплины:

| №<br>п/п | Раздел дисциплины   |
|----------|---|
| 1.       | Финансовые показатели предприятия. Информационная база их расчетов и методы анализа                                 |
| 2.       | Оценка возможностей и финансовых последствий стратегических маркетинговых решений                                   |
| 3.       | Оборотный капитал во взаимосвязи отношений предприятия с покупателями   |
| 4.       | Прогнозирование и оценка финансовых результатов краткосрочных маркетинговых решений на основе операционного анализа |
| 5.       | Ценовые решения в маркетинге  |
| 6.       | Маркетинговые решения в управлении ростом стоимости бизнеса   |
| 7.       | Формирование бюджета маркетинга   |

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.



**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Политика продвижения»**

- 1.** Дисциплина «Политика продвижения» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Политика продвижения» являются: приобретение студентами знаний в области маркетинговых коммуникаций, стратегии продвижения, брендинга компаний.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>                               |
|------------------|--|
| 1.               | Стимулирование сбыта, как элемент политики продвижения |
| 2.               | PR, как элемент политики продвижения                   |
| 3.               | Личные продажи, как элемент политики продвижения       |
| 4.               | Виды и основные средства рекламных кампаний            |
| 5.               | Методы оценки политики продвижения                     |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Стратегический маркетинг»**

**1.** Дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

**2.** Целями освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» являются: ознакомление слушателей с основными концепциями стратегического маркетинга, приобретение ими практических навыков стратегического анализа, которые могут быть использованы в их последующей работе. Освоение дисциплины направлено на приобретение знаний и умений прогнозировать и предвидеть возможные изменения конкурентной среды и разрабатывать оптимальные направления развития деятельности компании.

**3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

**4.** Содержание дисциплины:

| № п/п | Раздел дисциплины   |
|-------|---|
| 1.    | Стратегический подход в управлении                                    |
| 2.    | Стратегии организации на корпоративном уровне и уровне бизнес-единицы |

**5. Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Оценка качества в маркетинговых системах»**

- 1.** Дисциплина «Оценка качества в маркетинговых системах» относится к дисциплинам по выбору.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Оценка качества в маркетинговых системах» являются: ознакомление студентов с теоретическим и практическим навыкам и методам оценки качества маркетинговых систем; формирование маркетингового подхода к проблеме изучения внешней и внутренней среды предприятия.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>  |
|------------------|---|
| 1.               | Маркетинговая система. Классификация требований потребителя и содержание процесса QFD                         |
| 2.               | Методы получения исходной информации. Вариант проведения потребительского бенчмаркинга в рамках QFD-процесса. |
| 3.               | Этапы проведения процедуры применения «голоса потребителя» и проведения соответствующего анализа              |
| 4.               | Обобщение и структурирование требований потребителей. Приоритизация требований потребителей                   |
| 5.               | План сбалансированного эксперимента парных сравнений по приоритизации требований потребителей.                |
| 6.               | Этапы построения «Дома качества»  |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**«Методы анализа и прогнозирования в маркетинге»**

**1.** Дисциплина «Методы анализа и прогнозирования в маркетинге» относится к дисциплинам по выбору.

**2.** Целями освоения дисциплины «Методы анализа и прогнозирования в маркетинге» являются: усвоение содержания аналитического процесса в маркетинге, изучение типологии и классификации методов анализа и прогнозирования в маркетинге, приобретение практических навыков по методам анализа и прогнозирования рыночных явлений и процессов, получение выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций, формирование теоретико-практической базы для дальнейшего ее самостоятельного применения в процессе профессиональной деятельности.

**3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

**4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>  |
|------------------|---|
| 1.               | Маркетинговый анализ: принципы и методы                         |
| 2.               | Анализ и прогнозирование динамики и устойчивости развития рынка |
| 3.               | Анализ реакции рынка на изменение рыночной ситуации             |
| 4.               | Анализ конкуренции и конкурентной борьбы                        |

**5. Форма промежуточной аттестации:** зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Бренд-менеджмент»**

- 1.** Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к дисциплинам по выбору.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Бренд-менеджмент» являются: получение комплексных знаний и практических навыков управления организацией и использованию инструментов управления для достижения рыночных целей организации; освоение теоретических аспектов и практических приемов брендинга; повышение эффективности управления брендом.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№ п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>         |
|--------------|----------------------------------|
| 1.           | Бренд как управленческое понятие |
| 2.           | Бренд снаружи и изнутри          |
| 3.           | Разработка бренда                |
| 4.           | Возможности управления брендом   |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**«Управление результативностью маркетинга»**

- 1.** Дисциплина «Управление результативностью маркетинга» относится к дисциплинам по выбору.
- 2.** Целями освоения дисциплины «Управление результативностью маркетинга» являются: получение комплексных знаний и практических навыков управления оценкой результативности маркетинга; изучение роли маркетинга в обеспечении результативности; анализ маркетинговых показателей для достижения результативности маркетинга.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| № п/п | Раздел дисциплины  |
|-------|--|
| 1.    | Маркетинг в системе управления результативностью бизнеса         |
| 2.    | Принципы построения системы показателей результативности бизнеса |
| 3.    | Формирование клиентского капитала                                |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.

## **Аннотация рабочей программы дисциплины**

### **«Инструменты и методы веб-аналитики»**

- 1.** Дисциплина «Инструменты и методы веб-аналитики» относится к дисциплинам по выбору.
- 2.** Целью освоения дисциплины «Инструменты и методы веб-аналитики» является формирование представлений о методах и инструментах веб-аналитики.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>              |
|------------------|---------------------------------------|
| 1.               | Введение в аналитику                  |
| 2.               | Работа с сайтами и социальными сетями |
| 3.               | Визуализация данных в Power BI        |

- 5. Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## **Аннотация рабочей программы дисциплины**

### **«Медиапланирование в маркетинговой деятельности»**

1. Дисциплина «Медиапланирование в маркетинговой деятельности» относится к дисциплинам по выбору.
2. Целями освоения дисциплины «Медиапланирование в маркетинговой деятельности» являются: ознакомление слушателей с функциями медиапланирования; представление слушателям методик расчета рейтингов СМИ; формирование навыков планирования рекламной деятельности с помощью медиапланеров; развитие способностей анализа эффективности маркетинговых коммуникаций; получение навыков использования методов и технологий составления медиаплана.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
4. Содержание дисциплины:

| <b>№ п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>  |
|--------------|---|
| 1.           | Медиа-планирование как особая профессиональная деятельности в сферах PR и рекламы |
| 2.           | Медиа-среда и медиа-средства распространения рекламы и PR-информации              |
| 3.           | Планирование рекламных и информационных кампаний.                                 |

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.



**Аннотация рабочей программы практики**  
**«Научно-исследовательская работа»**

1. Вид практики: *научно-исследовательская работа*
2. Цели практики: в расширении полученных теоретических знаний и научного кругозора по базовым профессиональным дисциплинам, осуществлении индивидуальной научно-исследовательской работы, развитии теоретической концепции и темы будущей выпускной квалификационной работы (ВКР), овладении современным инструментарием науки для поиска и интерпретации маркетинговой информации с целью ее использования в процессе принятия управленческих решений.
3. Объем практики составляет 24 зачетные единицы, 864 часов.
4. Содержание практики:
  - 1) Научно-исследовательская работа (1-3 семестры);
  - 2) Участие в работе методологического семинара кафедры по темам, относящимся к теме НИР магистранта (не менее одного посещения в семестр);
  - 3) Выступление с докладами на научной конференции молодых ученых ЯрГУ «Новая российская экономика: движущие силы и факторы» и других в регионе и других;
  - 4) Составление отчета по практике.
5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики**  
**«Научно-исследовательская работа»**

1. Вид практики: научно-исследовательская работа

2. Цели практики: в расширении полученных теоретических знаний и научного кругозора по базовым профессиональным дисциплинам, осуществлении индивидуальной научно-исследовательской работы, развитии теоретической концепции и темы будущей выпускной квалификационной работы (ВКР), овладении современным инструментарием науки для поиска и интерпретации маркетинговой информации с целью ее использования в процессе принятия управленческих решений.

3. Объем практики составляет 12 зачетные единицы, 432 часов.

4. Содержание практики:

Научно-исследовательская работа (4 семестр);

Участие в работе методологического семинара кафедры по темам, относящимся к теме НИР магистранта (не менее одного посещения в семестр);

Выступление с докладами на научной конференции молодых ученых ЯрГУ «Новая российская экономика: движущие силы и факторы» и других в регионе и других;

Составление отчета по практике.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики**  
**«Ознакомительная»**

1. Вид практики: производственная
2. Цели практики: подготовка студента к решению профессиональных управленческих задач в организациях любой организационно-правовой формы.
3. Объем практики составляет 4 зачетных единицы, 3 недели.
4. Содержание практики:
  - 1) Подготовительный этап
  - 2) Выполнение учебных заданий
  - 3) Подготовка отчета по практике
5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики**  
**«Практика по профилю профессиональной деятельности»**

1. Вид практики: производственная
2. Цели практики: подготовка студента к решению профессиональных управленческих задач в организациях любой организационно-правовой формы.
3. Объем практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели.
4. Содержание практики:
  - 1) Подготовительный этап
  - 2) Выполнение учебных заданий
  - 3) Подготовка отчета по практике
5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики**  
**«Преддипломная практика»**

1. Вид практики: производственная
2. Цели практики: подготовка студента к решению профессиональных управленческих задач в организациях любой организационно-правовой формы.
3. Объем практики составляет 9 зачетных единиц, 6 недель.
4. Содержание практики:
  - 1) Подготовительный этап
  - 2) Выполнение учебных заданий
  - 3) Подготовка отчета по практике
5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы**  
**«Государственная итоговая аттестация»**

**1.** Государственная итоговая аттестация относится к Блоку 3.

**2.** Целями проведения Государственной итоговой аттестации являются:

- определение уровня подготовки выпускника университета к выполнению профессиональных задач, его готовности к основным видам профессиональной деятельности и включает проверку овладения компетенциями в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент;
- определение соответствия результатов освоения обучающимися университета основных образовательных программ соответствующим требованиям ФГОС ВО.

**3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 акад. часов.

**4.** Содержание Государственной итоговой аттестации:

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Разделы Государственной итоговой аттестации</b>                 |
|------------------|--|
| 1.               | Подготовка содержания ВКР и взаимодействие с научным руководителем |
| 2.               | Подготовка демонстрационных материалов                             |
| 3.               | Доклад на защите   |
| 4.               | Ответы на вопросы членов ГЭК                                       |

**5. Форма промежуточной аттестации:** защита ВКР.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**«Теория поведения потребителя»**

1. Дисциплина «Теория поведения потребителя» относится к факультативным дисциплинам.
2. Целью освоения дисциплины «Теория поведения потребителя» является изучение основных моделей теории поведения потребителя.
3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.
4. Содержание дисциплины:

| № п/п | Раздел дисциплины                                   |
|-------|---|
| 1.    | Маркетинговые методы изучения поведения потребителя |
| 2.    | Формирование лояльности потребителя                 |

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Маркетинг в системе B2B»**

- 1.** Дисциплина «Маркетинг в сегменте B2B» относится к факультативным дисциплинам.
- 2.** Целью освоения дисциплины «Маркетинг в сегменте B2B» является изучение проблем исследования рынка, разработки маркетинговой стратегии, продвижения, анализ данных с целью предоставления продукта и получения выгоды между компаниями.
- 3.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.
- 4.** Содержание дисциплины:

| <b>№ п/п</b> | <b>Раздел дисциплины</b>                        |
|--------------|---|
| 1.           | Промышленные закупки и покупательское поведение |
| 2.           | Управление цепью поставок                       |
| 3.           | Принятие решения о закупке на B2B рынке         |
| 4.           | Стратегия промышленной дистрибуции              |

- 5.** Форма промежуточной аттестации: зачет.