УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

_____ Д.Ю. Брюханов

(подпись)

«18» мая 2022 г.

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Маркетинг»

Прием 2022 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.	Глобализация и современный мир
2.	Руководство организацией
3.	Управление персоналом
4.	Создание бренда
5.	Корпоративная ответственность
6.	Инновации и бизнес
7.	Базовые экономические понятия
8.	Процессы слияния и приобретений
9.	Теория мотивации деятельности

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 применение 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:

№ п/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:

№ п/п	Раздел дисциплины
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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Введение в дисциплину: актуальные тенденции развития деловой среды, фирма в новых экономических условиях Сущность и роль
2.	Ресурсы производственно-хозяйственной деятельности фирмы
3.	Производственная программа и производственная мощность фирмы
4.	Затраты и финансы фирмы
5.	Корпоративная социальная ответственность фирмы
6.	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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Сущность и роль конкуренции в современной рыночной экономике
2.	Основные теории стратегий конкурентной борьбы и конкурентные стратегии фирм
3.	Конкурентоспособность и методы ее достижения
4.	Конкурентоспособность и конкурентные преимущества
5.	Формирование, состав и роль кластеров в экономике
6.	Современные трансформации конкурентной среды

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Организационные структуры управления и организационное проектирование в новых условиях хозяйствования
2.	Модель жизненного цикла организации и ее основные элементы. Управление на разных стадиях жизненного цикла
3.	Основные модели организационных структур
4.	Понятия и общая схема организационно-управленческого анализа организации
5.	Коммуникационные каналы в организационном проектировании
6.	Технология организационного проектирования

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Проблема научного исследования и его актуальность. Методология экономической науки
2.	Экономические модели и их значение в методологии экономического познания
3.	Развитие специальных методов исследования экономической науки

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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
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.	Информационные технологии интеллектуального анализа данных: деревья решений и нейронные сети

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие и основные модели комплекса маркетинга
2.	Товар как элемент комплекса маркетинга
3.	Цена как элемент комплекса маркетинга
4.	Сбыт как элемент комплекса маркетинга
5.	Продвижение как элемент комплекса маркетинга
6.	Формирование программы продвижения товар на основе комплекса маркетинга

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.	Понятие и основные модели комплекса маркетинга
2.	Товар как элемент комплекса маркетинга
3.	Цена как элемент комплекса маркетинга
4.	Сбыт как элемент комплекса маркетинга
5.	Продвижение как элемент комплекса маркетинга
6.	Формирование программы продвижения товар на основе комплекса маркетинга

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 эффективного 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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Информация в маркетинговых исследованиях Понятие и виды маркетинговой информации. Требования к маркетинговой информации.
2.	Процесс маркетингового исследования. Определение потребности в проведении МИ и выбор целей. Процесс проведения МИ. Разработка плана МИ
3.	Качественные методы сбора информации Особенности качественных методов сбора информации. Метод фокус-групп
4.	Экспертные оценки. Порядок проведения экспертных опросов
5.	Количественные методы сбора информации.
6.	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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Задачи и специфика маркетинга в инновационной сфере
2.	Специфика инноваций. Их классификация
3.	Потребители инновационных продуктов
4.	Особенности рынка инноваций
5.	Методы и приемы продвижения новинок на рынок

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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Место товарной политики в комплексе маркетинга и ее составляющие
2.	Поддержание конкурентоспособности товаров посредством их качества, ценовой политики и рекламной кампании
3.	Обеспечение максимального соответствия выпуска товара потребительскому спросу и желаниям покупателей
4.	Конкурентоспособность и конкурентные преимущества
5.	Расширение доли рынка, нахождение для произведенных товаров перспективных сегментов и секторов и рынка
6.	Разработка товарных знаков, упаковки, системы сервиса и осуществление стратегического планирования

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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Интернет маркетинг в современных условиях
2.	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет
3.	Социальные сети. Порталы и блоги
4.	Контекстная реклама
5.	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.
6.	Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга

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:

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

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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Финансовые показатели предприятия. Информационная база их расчетов и методы анализа
2.	Управление оборотным капиталом организации через взаимоотношение с покупателями
3.	Прогнозирование и оценка финансовых результатов маркетинговых решений на основе операционного анализа
4.	Оценка эффективности мероприятий продвижения
5.	Финансовое планирование в маркетинге

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Маркетинговые коммуникации. Реклама: понятие, назначение, классификация
2.	Связи с общественностью
3.	Прямой маркетинг. Методы стимулирования: ценовые и неценовые
4.	Нестандартные виды продвижения
5.	Брендинг. Мерчендайзинг
6.	Финансовое планирование в маркетинге

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.	Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления
2.	Стратегическое маркетинговое планирование
3.	Анализ маркетинговых возможностей
4.	Оценка и выбор целевых рынков
5.	Оценка конкурентных позиций и выбор конкурентной стратегии
6.	Применение матричных методов при разработке маркетинговой стратегии

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
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:

№ п/п	Раздел дисциплины
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.	Проблемы оценки результативности маркетинга
2.	Модели продуктивности маркетинга
3.	Показатели результативности маркетинга
4.	Качество оценки результативности маркетинга
5.	Применение процессного подхода в маркетинге

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:

№ п/п	**Раздел дисциплины**
1.	Определение и термины веб-аналитики
2.	Основные задачи веб-аналитики
3.	Инструменты веб-аналитики
4.	Ошибки веб-аналитики

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:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль и задачи медиапланирования в маркетинговой деятельности
2.	Методика вычисления охватно- частотных характеристик рекламной кампании
3.	Виды рекламных стратегий
4.	Использование программы EXCOM MEDIA PLANER

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 36 зачетных единиц, 1296 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

«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:

№ п/п	**Разделы Государственной итоговой аттестации**
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.	Содержание теории поведения потребителя
2.	Понятие полезности, закон убывающей предельной полезности
3.	Максимизация прибыли и минимизация издержек

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 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Содержание B2B-маркетинга
2.	Продвижение в сегменте B2B
3.	Анализ результативности сегментов

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.