

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВО «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»

**Аннотации рабочих программ
по направлению
38.04.02 Менеджмент**

«МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ МОДЫ»

Вид профессиональной деятельности выпускника:
**организационно-управленческая и аналитическая
(прикладная магистратура)**

Квалификация

Магистр

Форма обучения	- Нормативный срок освоения программы
Очная	- 2 года
Очно-заочная	- 2 года 6 месяцев

Руководитель программы, доктор экон. наук, доцент Радько Сергей Григорьевич

МОДУЛЬ 1

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

МОДУЛЯ 1 «БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ 1»

Разработчик: канд.техн.наук, доц. Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	72	72
Практические:	198	198
Самостоятельная работа студента:	702	486
Контроль:	108	108
Общая трудоемкость дисциплин в зач. ед.	30	24
Итоговый контроль	Зачет по НТС	Зачет по НТС

1. Цель освоения Модуля 1

Целью освоения Модуля 1 является формирование у магистрантов общекультурных и общепрофессиональных компетенций одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы 38.04.00, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Это: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; готовность действовать в нестандартных ситуациях и нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности; готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования и др. Так же в Модуле 1 начинаются формироваться профессиональные компетенции, отнесенные к **организационно-управленческому и аналитическому виду профессиональной деятельности, на которые ориентирована магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».**

Целью освоения Модуля 1 является: получение системных знаний по дисциплинам модуля 1; приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний об актуальных проблемах российской экономики; применение основных категорий и показателей, используемых в экономической теории и практике для проведения анализа и оценки финансовой, денежно-кредитной, инфляционной, инновационной политики государства; формирование современного экономического мышления, целостного представления о развитии основных элементов экономики, целенаправленное формирование представлений о психологических и нравственных особенностях профессиональной деятельности, основанное на научных достижениях психологии и этики; приобретение теоретических знаний и практических навыков реализации лидерских позиций и работы в команде, мобилизации творческих коллективов (команд)

для решения организационно-управленческих задач; обоснование выбора темы магистерской диссертации; написание тезисов к обоснованию выбора темы магистерской диссертации; овладение методологией и навыками проведения экономических исследований в различных областях.

Основными методологическими задачами Модуля 1 являются:

1. Системный подход к построению структуры дисциплин Модуля.
2. Структурирование знаний на обособленные элементы, формирующие у магистрантов осознанную ясную перспективу личностного общекультурного, общепрофессионального и профессионального роста **в организационно-управленческой и аналитической деятельности**, предусмотренных ФГОС ВО.
3. Обеспечение методически правильного согласования различных видов учебных элементов внутри Модуля по магистерским программам.
4. Эффективный контроль знаний магистрантов в порядке, предусмотренном модульным принципом и распределением по семестру промежуточных и итоговых форм контроля.
6. Возможность реализации методических принципов компетентностного подхода, при котором создаются предпосылки для развития способности выпускника действовать в различных ситуациях, демонстрируя личностные качества и возможность адекватной социальной и профессиональной адаптации.

2. Место Модуля 1 в структуре ОПОП

Модуль 1 является базовым Модулем ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является основой для освоения последующих Модулей 2,3,4.

Модуль 1 базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля по элементам Модуля.

Итоговая аттестация по Модулю 1 – Зачет с оценкой по Научно-техническому семинару (далее НТС)

3. Структура Модуля 1

Содержание Модуля 1	Семестр	Продолжительность дисциплины в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Дисциплина 1 Методологические основы экономических исследований	1	9	Экзамен
Дисциплина 2 Этика и психология профессиональной деятельности	1	9	Зачет, курсовая работа
Дисциплина 3 Актуальные проблемы современной экономики	1	9	Зачет с оценкой
Дисциплина 4 Теория эффективного лидерства и командный менеджмент	1	9	Экзамен, курсовая работа
Дисциплина 5 Деловой иностранный язык	1	18	Экзамен
Производственная практика. НИР 1	1	18	Зачет
НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль1»)	1	18	Зачет по Модулю 1 с оценкой

4. Требования к результатам освоения Модуля 1

Реализация в Модуле 1 требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

5. Распределение компетенций по элементам Модуля 1

Каждый элемент Модуля 1 формирует определенные общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) компетенции и профессиональные компетенции (ПК): ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК5.

Элемент модуля 1	Компетенции
Дисциплина 1 Методологические основы экономических исследований	ОК-1, ОПК-3
Дисциплина 2 Этика и психология профессиональной деятельности	ОК-2, ОПК-2
Дисциплина 3 Актуальные проблемы современной экономики	ОК-3, ОПК-3
Дисциплина 4 Теория эффективного лидерства и командный менеджмент	ОК-3, ОПК-2, ОПК-3
Дисциплина 5 Деловой иностранный язык	ОК-3, ОПК-1
Производственная практика. НИР 1	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5
НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 1»)	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3,

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин Модуля 1

Аннотация рабочей программы «МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

Разработчик: к.э.н., доц. Антонов Алексей Павлович

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	18	18

Контроль:	54	54
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Методологические основы экономических исследований» по направлению 38.04.02 является получение знаний, умений и навыков, необходимых для: выполнения экономических, финансовых и маркетинговых исследований в аналитических службах организаций различных отраслей и форм собственности; работы в органах государственной и муниципальной власти; работы в научно-исследовательских и образовательных организациях различного уровня, специализирующихся на решении экономических задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Методологические основы экономических исследований» включена в Базовый Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «**Маркетинг в индустрии моды**».

Дисциплина «Методологические основы экономических исследований» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования и является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **Экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Методологические основы экономических исследований» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**» должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОПК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: основные положения методологических и теоретических основ экономических исследований Уметь: применять в рамках экономических исследований методы абстрактного мышления, анализ и синтез. Владеть: различными способами формализации и решения экономических проблем	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

<p>ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: основные положения системного, структурного и терминологического анализа Уметь: применять методы системного, структурного и терминологического анализа при обосновании актуальности и практической значимости избранной темы исследования Владеть: основными методами структуризации научной проблемы и построения терминологической системы выбранной области исследования</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
---	---	---

4.. Разделы дисциплины

1. Роль и место системного анализа в экономических исследованиях
2. Информационное обеспечение экономических исследований
3. Терминологический анализ в экономических исследованиях

Аннотация рабочей программы «ЭТИКА И ПСИХОЛОГИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Разработчик: к. псих..наук., доц. Рамендик Дина Михайловна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	72	72
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет, курсовая работа	Зачет, курсовая работа

1.Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Этика и психология в профессиональной деятельности» является получение знаний одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы 38.04.00, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. При любой специализации использование специалистом своих властных служебных полномочий затрагивает интересы людей, юридических лиц, организаций. Успешность выполнения профессиональных обязанностей в любой области экономической деятельности во многом зависит от эффективности деловой коммуникации. Поэтому необходимо целенаправленное формирование представлений о психологических и нравственных особенностях профессиональной деятельности, основанное на научных достижениях психологии и этики. Теоретических знаний не достаточно. Нужна выработка, опирающаяся на и обобщение

практики, соответствующих практических навыков, включая умения строить позитивные отношения с коллегами и контакты с деловыми партнерами, саморегуляцию психических состояний, способность к саморазвитию и самореализации своего личностного потенциала, и т.п.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Этика и психология в профессиональной деятельности» включена в Базовый Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «**Маркетинг в индустрии моды**».

Дисциплина «Этика и психология в профессиональной деятельности» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования и является основой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **Зачет, курсовая работа.**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Этика и психология в профессиональной деятельности» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-2, ОПК-2,

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК 2 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: способы получения и эффективного анализа деловой информации; способы и этические нормы активного взаимодействия с подчиненными, коллегами, руководителями и представителями внешних организаций; методы и приемы самоанализа и самоорганизации; способы предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций.</p> <p>Уметь: использовать полученную информацию для решения профессиональных и личных задач; анализировать причины возникновения проблемной, в том числе конфликтной ситуации и принимать адекватное решение; четко формулировать цели; оценивать свои индивидуально-личностные особенности и возможности действий в конкретной ситуации; разъяснить всем заинтересованным людям правильность своего решения и стимулировать его реализацию.</p> <p>Владеть: методами и средствами достижения поставленных целей; различными навыками эффективного делового общения в профессиональной области; навыками анализа и разрешения профессиональных проблемных ситуаций, в том числе конфликтных.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа Курсовая работа</p>

<p>ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы делового общения, принципы его эффективной организации; закономерности формирования делового коллектива; принципы взаимодействия коллектива и лидера, способы управленческого воздействия; правила делового этикета с учетом культурных особенностей партнеров; особенности своего собственного стиля делового и управленческого общения, свои сильные и слабые стороны как руководителя.</p> <p>Уметь: эффективно и корректно строить деловые отношения с разными категориями людей с учетом не только профессиональных задач, но и социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; стремиться не нивелировать эти различия, а использовать их для взаимного развития и максимальной самореализации каждого сотрудника на благо всего коллектива; организовывать разные формы делового общения: совещания, переговоры, публичные выступления и т.п с максимальной деловой эффективностью и с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей участников; адекватно оценивать собственную компетентность в деловом общении с различными людьми.</p> <p>Владеть: навыками делового общения с подчиненными для достижения максимальной эффективности работы как всего коллектива, так и каждого сотрудника; способами предупреждения и разрешения конфликтов, связанных как с деловыми проблемами, так и с индивидуально-личностными и с социальными, этническими, конфессиональными или культурными различиями; методами постоянного сбора и анализа информации для повышения собственной компетентности в сфере делового общения и взаимодействия с людьми, различающимися по социальными, этническими, конфессиональными или культурными особенностям; навыками публичного и индивидуального воздействия, достаточными для того, чтобы убедить подчиненных членов коллектива в необходимости толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и даже по возможности использовать их на благо всего коллектива.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа Курсовая работа</p>
--	--	---

4.. Разделы дисциплины

- 1 Предмет, задачи, значение и основные понятия психологии и этики в профессиональной деятельности.
2. Психология познавательных процессов и регуляции состояний в профессиональной деятельности.
3. Психологические особенности личности и мотивации в профессиональной деятельности и деловом общении.
4. Этика и этикет профессиональной деятельности и делового общения.

Аннотация рабочей программы «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»

Разработчик: канд. экон. наук, доц. Зернова Людмила Евгеньевна

Форма обучения
Курс:

очная
1

очно-заочная
1

Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	54	54
Контроль:	0	0
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Актуальные проблемы современной экономики» является получение знаний одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы направлений подготовки магистров 38.00.00 независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Касательно направления 38.04.02 Менеджмент это: приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний об актуальных проблемах российской экономики; применение основных категорий и показателей, используемых в экономической теории и практике для проведения анализа и оценки финансовой, денежно-кредитной, инфляционной, инновационной политики государства; формирование современного экономического мышления, целостного представления о развитии основных элементов экономики.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Актуальные проблемы современной экономики» включена в Базовый Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) учебных планов ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Актуальные проблемы современной экономики» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, и является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02 Менеджмент.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **Зачет с оценкой**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Актуальные проблемы современной экономики» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-3,ОПК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: основные экономические категории, применяемые в экономической теории и практике, теоретические основы и закономерности функционирования экономики, возможные перспективы и основные направления экономической интеграции РФ с другими государствами, проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; способы сбора и анализа новых нормативных документов, законодательных актов в области экономических процессов. Уметь: применять основные экономические категории и механизмы в области профессиональных исследований; критически оценивать с разных точек зрения поведение экономических агентов; тенденции	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

	<p>развития объектов в сфере профессиональной деятельности; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать новую экономическую информацию, полученную из различных источников; составить суждение о состоянии экономики России и ее основных проблемах</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области экономики, используя современные образовательные технологии; навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере экономической деятельности; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности</p>	
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать: основные положения системного, структурного и терминологического анализа</p> <p>Уметь: применять методы системного, структурного и терминологического анализа при обосновании актуальности и практической значимости избранной темы исследования</p> <p>Владеть: основными методами структуризации научной проблемы и построения терминологической системы выбранной области исследования</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>

4.. Разделы дисциплины

1. Основные проблемы российской экономики на современном этапе
2. Проблемы устойчивого развития экономики России и ее экономической безопасности
3. Проблемы международной интеграции экономики России
4. Денежно-кредитная политика, ее типы и инструменты
5. Современные тенденции развития банковской системы
6. Проблемы антиинфляционного регулирования в экономике
7. Налоговая система России и основные пути ее совершенствования
8. Аспекты функционирования и поддержки малого бизнеса
9. Социальная политика и развитие человеческого капитала

Аннотация рабочей программы «ТЕОРИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ЛИДЕРСТВА И КОМАНДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Разработчик: канд. экон. наук, доц. Иващенко Наталия Сергеевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	63	63
Контроль:	27	27
Общая трудоемкость дисциплины в часах	144	144
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	4	4

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент» является получение знаний одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы 38.04.00, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Целью освоения учебной дисциплины является приобретение теоретических знаний и практических навыков реализации лидерских позиций и работы в команде, мобилизации творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач, руководство ими в соответствии с современными подходами к функционированию организаций любой организационно-правовой формы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент» включена в Базовый Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) учебных планов подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, а также дополняет компетенции, полученные в дисциплине «Этика и психология в профессиональной деятельности», и является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **Экзамен и курсовая работа.**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-3, ОПК-2, ОПК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: основные традиционные и современные концепции лидерства; роли и обязанности лидера; особенности формирования лидерских качеств и специфику их проявления в управленческой деятельности; методы и формы самоорганизации труда</p> <p>Уметь: определять взаимосвязи между лидерством и руководством; анализировать сильные и слабые стороны, деловые качества и лидерские способности менеджера</p> <p>Владеть: навыками формирования лидерских качеств, необходимых в управленческой деятельности, развития творческого потенциала</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Курсовая работа</p>

<p>ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы группового поведения; типы команд; признаки командной идентичности; принципы формирования команд; этапы командообразования; ролевые характеристики членов команды Уметь: определять стиль лидерства, выявляя специфические черты руководителя; распознавать ролевые характеристики членов команды; организовать командную работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов командообразования; прогнозировать и предотвращать развитие конфликтов Владеть: навыками распознавания особенностей лидерских качеств у руководителей; удержания власти и формирования состояния, соответствующему эффективному лидеру; навыками целенаправленного воздействия на людей и их потребности; навыками формирования эффективных команд как ключевой задачи лидерства</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа Курсовая работат</p>
<p>ДОПК -1 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: основные подходы к теории и типологии лидерства; методы исследования механизмов выдвижения и влияния в лидерстве; условия применения командного менеджмента, его преимущества и недостатки Уметь: использовать основные положения теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; классифицировать типы лидерства и типы команд Владеть: навыками суждения о роли лидерства и командного менеджмента в управлении бизнесом, об эффективном лидерстве и командном менеджменте; навыками анализа поведения личности, группы, коллектива, организации</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа Курсовая работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Основные теории и концепции лидерства
2. Типологические характеристики лидера
3. Лидерство и командообразование

Аннотация рабочей программы «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Разработчики: доцент Казакова Елена Владимировна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	0	0
Практические:	54	54

Самостоятельная работа студента:	99	99
Контроль:	27	27
Общая трудоемкость дисциплины в часах	180	180
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	5	5
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык» является получение знаний одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы 38.04.00, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Общая цель освоения дисциплины состоит в освоении и развитии коммуникативных компетенций, позволяющих осуществлять устные и письменные формы общения в избранной экономической области, владеть навыками устного и письменного перевода специальной экономической литературы, производить информационную обработку текстов на английском языке в рамках широкого спектра тем по экономической проблематике, готовить презентации и выступать с докладами по выбранной теме исследования на иностранном языке, участвовать в профессиональных дискуссиях и обмене мнениями по актуальным экономическим проблемам современности. Дисциплина позволяет формировать готовность магистрантов к применению полученных знаний и умений в дальнейшей профессиональной работе, формирование практического владения иностранным языком как средством общения в повседневной деятельности, научной работе, для самообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловой иностранный язык включена в Базовый Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) базовой части учебных планов подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Деловой иностранный язык (продвинутый уровень)» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования и является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **Экзамен**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Деловой иностранный язык (продвинутый уровень)» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ОК – 3- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: специальную терминологию изучаемой проблемной области в различных направлениях экономики и менеджмента Уметь: вести аналитическую и исследовательскую работу в различных организациях и на предприятиях с использованием материалов на иностранном языке, выполнять переводы в рамках своих профессиональных компетенций, вести диалог, переписку, переговоры, выступать с докладами, участвовать в дискуссиях Владеть: навыками сбора и анализа информации на иностранном языке, участия в индивидуальных и групповых исследованиях с использованием информации на иностранном языке.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1-готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: грамматические структуры, типичные для профессионально-ориентированных и научных экономических текстов, часто употребляемые в экономической литературе и устойчивые словосочетания Уметь: вести деловую переписку, самостоятельно участвовать в беседах с зарубежными партнерами по бизнесу на иностранном языке, писать тезисы докладов на международные конференции на иностранном языке Владеть: навыками реферирования и аннотирования профессионально-ориентированного текста, ведения диалога, заполнения документов, участия в дискуссиях</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины.

1. Типичные и профессионально - ориентированные словосочетания
2. Who is a great manager?
3. Basic factors of business
4. Production
5. Personnel
6. Marketing
7. Distribution
8. Promotion
9. Financial system
10. Banks

**Аннотация рабочей программы
«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА.
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 1»**

Разработчик: канд .техн .наук Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения
Курс:

очная
1

очно-заочная
1

Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	360	144
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	360	144
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	10	4
Итоговый контроль	Зачет	Зачет

1. Цели практики

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового Модуля 1; выбор направления научных исследований и темы магистерской диссертации; написание первой главы ВКР

«Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» содержит следующие элементы: ознакомление с рабочей программой научно-исследовательской работы и получаемыми в результате ее проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской работы; изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации в области деятельности; выбор темы исследования; постановка целей и задач проводимого исследования; составление плана проведения научно-исследовательской работы; обоснование актуальности темы исследования; сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, конкретизация задач исследования; определение элементов научной новизны по теме исследования, практического значения результатов исследования; написание отчета по НИР1.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1» включена в Модуль 1, Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1» осуществляется в форме самостоятельной работы по выбору темы исследования и ее обоснованию. Тематика исследования соотносится с выбранной темой магистерской диссертации. Научно-исследовательская работа проводится дискретно в течение первого семестра.

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и освоении дисциплин Модуля 1 «Методологические основы экономических исследований», «Этика и психология в профессиональной деятельности».

Знания, приобретенные в дисциплине «Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1», будут использованы для НИР последующих Модулей и написания ВКР.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: специфику научного знания в области экономических исследований; главные этапы и принципы развития экономики; основные проблемы современной экономической науки и приемы самообразования</p> <p>Уметь: приобретать систематические знания в выбранной проблемной области, анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной отечественной и зарубежной литературы.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом в области экономической теории и практики, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний.</p>	Самостоятельная работа
ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: способы получения и эффективного анализа деловой информации; способы и этические нормы активного взаимодействия с подчиненными, коллегами, руководителями и представителями внешних организаций; методы и приемы самоанализа и самоорганизации; способы предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Уметь: использовать полученную в ходе научного исследования информацию для решения профессиональных; анализировать причины возникновения проблемной, в том числе конфликтной ситуации и принимать адекватное решение.</p> <p>Владеть: методами и средствами достижения поставленных целей; различными навыками эффективного делового общения в профессиональной области; навыками анализа и разрешения профессиональных проблемных ситуаций, в том числе конфликтных</p>	Самостоятельная работа

<p>ОК-3: готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: основные экономические категории, применяемые в экономической теории и практике, теоретические основы и закономерности функционирования экономики, возможные перспективы и основные направления экономической интеграции РФ с другими государствами, проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; способы сбора и анализа новых нормативных документов, законодательных актов в области экономических процессов; основные традиционные и современные концепции лидерства; роли и обязанности лидера; особенности формирования лидерских качеств и специфику их проявления в управленческой деятельности; методы и формы самоорганизации труда.</p> <p>Уметь: применять основные экономические категории и механизмы в области профессиональных исследований; критически оценивать с разных точек зрения поведение экономических агентов; тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать новую экономическую информацию, полученную из различных источников; составить суждение о состоянии экономики России и ее основных проблемах; определять взаимосвязи между лидерством и руководством; анализировать сильные и слабые стороны, деловые качества и лидерские способности менеджера.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области экономики, используя современные образовательные технологии; навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере экономической деятельности; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности; навыками формирования лидерских качеств, необходимых в управленческой деятельности, развития творческого потенциала</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	---	-------------------------------

<p>ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: целостную, взаимосвязанную структуру экономической системы России; основополагающие законодательные акты, регламентирующие деятельность экономических субъектов в РФ; специфику научного знания в области экономической деятельности; главные этапы развития экономики страны; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с иностранного языка.</p> <p>Уметь: приобретать систематические знания в выбранной научной и практической области, анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, излагать научным языком проблемы научного исследования в докладах и статьях; анализировать сильные и слабые стороны проблемы исследования; читать на иностранном языке и понимать специальную экономическую литературу, участвовать в диалогах в ситуациях профессионального общения.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом выбранной области исследования, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний, способами оценки эффективности принятых решений; основами составления письма, необходимыми для подготовки тезисов, публикаций и ведения деловой переписки, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	---	-------------------------------

<p>ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы делового общения, принципы его эффективной организации; закономерности формирования делового коллектива; принципы взаимодействия коллектива и лидера, способы управленческого воздействия; правила делового этикета с учетом культурных особенностей партнеров; особенности своего собственного стиля делового и управленческого общения, свои сильные и слабые стороны как руководителя.; основы группового поведения; типы команд; признаки командной идентичности; принципы формирования команд</p> <p>Уметь: эффективно и корректно строить деловые отношения с разными категориями людей с учетом не только профессиональных задач, но и социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; стремиться организовывать разные формы делового общения: совещания, переговоры, публичные выступления и т.п с максимальной деловой эффективностью и с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей участников; адекватно оценивать собственную компетентность в деловом общении с различными людьми; определять стиль лидерства, выявляя специфические черты руководителя</p> <p>Владеть: навыками делового общения с подчиненными для достижения максимальной эффективности работы как всего коллектива, так и каждого сотрудника; способами предупреждения и разрешения конфликтов, связанных как с деловыми проблемами, так и с индивидуально-личностными и с социальными, этническими, конфессиональными или культурными различиями; методами сбора и анализа информации для повышения собственной компетентности в сфере делового общения и взаимодействия с людьми, различающимися по социальными, этническими, конфессиональными или культурными особенностям; навыками публичного и индивидуального воздействия, достаточными для того, чтобы убедить подчиненных членов коллектива в необходимости толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и даже по возможности использовать их на благо всего коллектива; навыками распознавания особенностей лидерских качеств у руководителей</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	---	-------------------------------

<p>ОПК-3: способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: цели, задачи научного исследования на основе анализа тенденций развития экономики России; тенденции развития российской и мировой экономики; актуальные проблемы экономики на современном этапе; механизмы финансовой, денежно-кредитной, инфляционной, инновационной политики государства Уметь: описать актуальность, цели, задачи и практическое значение научного исследования на основе анализа тенденций развития современной экономики; применять основные технологии самостоятельного проведения исследований. Владеть: способами сбора, систематизации и обобщения информации по выбранной теме научного исследования; навыками готовить обзоры по актуальным экономическим проблемам, реферирования и рецензирования текстов, статей, научных работ, подготовки докладов.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

	<p>менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами</p>	
<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: выбирать наиболее эффективные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

	компании.	
--	-----------	--

4. Способы, формы и места проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»

4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» - стационарная, выездная

4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»: рассредоточенная

4.3. Место проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»: кафедра Института экономики и менеджмента, организации.

4.4. Способы и формы «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Разделы самостоятельной работы

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Выбор темы научного исследования. Консультация с руководителем
3. Подготовка списка основных источников по теме исследования. Консультация с руководителем
4. Разбор одного из источников отечественной (зарубежной) литературы. Консультация с руководителем
5. Обоснование актуальности темы научного исследования. Консультация с руководителем
6. Определение задач научного исследования. Консультация с руководителем
7. Определение элементов научной новизны исследования. Консультация с руководителем
8. Определение практического значения результатов исследования. Консультация с руководителем
9. Выбор методов и средств научного исследования. Консультация с руководителем
10. Изучение литературных источников по теме исследования. Консультация с руководителем
11. Подготовка отчета по научным исследованиям
12. Подготовка к сдаче и сдача отчета по научно-исследовательской работе

Аннотация рабочей программы

НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль1»)

Разработчик: канд. тех.наук . доц. Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:		

Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2

Итоговый контроль **Зачет с оценкой** **Зачет с оценкой**

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль1»)» является формой сквозной организации и контроля образовательного процесса и научно-исследовательской работы магистрантов в первом Модуле, необходимой для оценки уровня общекультурных и общепрофессиональных компетенций, формируемых в первом базовом модуле, который имеет одинаковое содержание для всех магистрантов направления 38.04.02, независимо от выбранной магистерской программы, а также профессиональных компетенций, на которые ориентирована настоящая программа.

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль1»)» представляет собой площадку для развития ключевых навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к проведению самостоятельной поисковой коммуникативной, информационной работы в различных областях, которые станут частью ВКР (магистерской диссертации). Семинар ориентирован на развитие у магистрантов мотивации к включению в реальные исследовательские проекты, переход от традиционных форм обучения к более современным форматам, базирующимся на совместной деятельности, решении общих задач, дискуссиях, диалогах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль1»)» включена в Модуль 1 Блока 1 (Дисциплины) базовой части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль1»)» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и освоении дисциплин «Методологические основы экономических исследований», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Научно-исследовательская работа 1» и является базовой для проведения научных исследований в модуле 2, 3 и 4.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: методы выявления и формулирования актуальных научных проблем в области менеджмента Уметь: обобщать типичные проблемы отечественной экономики и управления	Практические занятия

	<p>Владеть: навыками формулировки проблем в области экономики и управления и их логического обоснования</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>Знать: этические принципы профессии; способы и этические нормы активного взаимодействия с подчиненными, коллегами, руководителями и представителями внешних организаций; способы предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Уметь: давать квалифицированные заключения по экономическим проблемам российской экономики, учитывая возможные последствия</p> <p>Владеть: представлениями о категориях и проблемах профессиональной этики; различными навыками эффективного делового общения в профессиональной области; следовать основным нормам, принятым в научном общении; навыками анализа и разрешения профессиональных проблемных ситуаций, в том числе конфликтных</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-3: готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: понятия «лично ориентированное образование», «компетенция», «компетентность»; основные требования федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования, структуру и содержание основной образовательной программы, учебного плана, рабочих программ дисциплин; содержание профессионально-ориентированных рабочих программ дисциплин</p> <p>Уметь: вести и поддерживать дискуссию в области компетентностно ориентированного образования</p> <p>Владеть: навыками самостоятельной, творческой работы, самообразования и самореализации в области управленческой деятельности</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках; правила оформления доклада; способы представления и методы передачи информации для различных контингентов слушателей Уметь: формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по вопросам экономики и управления; осуществлять личностный выбор в морально-ценностных ситуациях, возникающих в ходе профессиональных дискуссий Владеть: методами и технологиями межличностной коммуникации; навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии; навыками организации и руководства работой исследовательского коллектива</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы группового поведения, признаки командной идентичности, принципы формирования команд в области научно-исследовательской деятельности Уметь: анализировать и координировать деятельность группы Владеть: навыками формирования команд; технологиями эффективной внутригрупповой и межгрупповой коммуникации</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: приемы оценки теоретической и практической значимости темы научного исследования в сфере управления Уметь: описать актуальность, цели, задачи и практическое значение научного исследования на основе анализа тенденций развития современной экономики и управления Владеть: основными методами структуризации научной проблемы и построения терминологической системы выбранной области исследования; способами сбора, систематизации и обобщения информации по выбранной теме научного исследования</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Адаптации магистрантов к условиям обучения в магистратуре и требованиям, предъявляемым к магистрантам; понимание логики построения собственной траектории обучения; понимание принципов организации Модулей; знакомство с графиком учебного процесса, включая этапы промежуточной аттестации, итоговой аттестации и каникул. Заполнение индивидуального плана работы магистранта
2. Обсуждение научных направлений и тем научных исследований. Выбор направления

- научного исследования. Заполнение Индивидуального плана работы магистранта. Портфолио и правила его наполнения.
3. Тезисы к обоснованию темы магистерской диссертации. Алгоритм сбора информации, ее обработки для написания тезисов.
 4. Публичная лекция ведущего специалиста в области этики профессиональной деятельности и корпоративной культуры.
 5. Публичная лекция ведущего специалиста в области инновационного менеджмента.
 - 6.. Публичное обсуждение хода образовательного процесса и результатов научно-исследовательской работы
 7. Элементы научной новизны и практические результаты исследования. Структура ВКР и ее защита
 8. Методика написания тезисов и их публичная защита
 9. Защита тезисов к обоснованию темы магистерской диссертации. Подготовка материалов к зачету по НТС

МОДУЛЬ 2

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

МОДУЛЯ 2 «ВАРИАТИВНЫЙ МОДУЛЬ 1»

Разработчик: канд.тех. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2-3
Модуль:	2	2
Лекции:	72	72
Практические:	180	180
Самостоятельная работа студента:	720	1008
Контроль:	108	108
Общая трудоемкость дисциплин в зач. ед.	30	38
Итоговый контроль	Зачет с оценкой НТС	Зачет с оценкой по НТС

1. Цель освоения Модуля 2

Целью освоения Модуля 2 является усиление у магистрантов общекультурных и общепрофессиональных компетенций, база которых была заложена в Модуле 1 в процессе прохождения дисциплин, выполнения НИР и участия в НТС, а также формирование у магистрантов профессиональных компетенций.

Основными задачами Модуля 2 является: изучение методологических и методических вопросов маркетинга как инструмента для решения разнообразных проблем предпринимательской деятельности в индустрии моды; приобретение практических навыков разработки стратегии менеджмента; получение системных и глубоких знаний о современных методах и моделях стратегического анализа макро и микросреды, выбора стратегических альтернатив и организация их реализации; использование инструментов маркетинга в деятельности организации и анализ факторов, влияющих на разработку комплекса маркетинга; формирование системы углубленных знаний и практических навыков

по формированию и реализации маркетинговой стратегии и маркетинговой политики организации/предприятия индустрии моды; формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по использованию инструментов маркетинга в деятельности розничного торгового предприятия; разработка коммуникационной стратегии, проектирование и формирование стратегии эффективного мерчандайзинга; формирование ключевых компетенций в области теоретико-методологических основ маркетинговых исследований и маркетинговых коммуникаций; овладение знаниями и навыками в области содержания экономического механизма функционирования производственного предприятия или организации индустрии моды.

Основными методологическими задачами Модуля 2 являются:

1. Системный подход к построению структуры дисциплин Модуля.
2. Структурирование знаний на обособленные элементы, формирующие у магистрантов осознанную ясную перспективу личностного общекультурного, общепрофессионального и профессионального роста **в организационно-управленческой и аналитическом видах** профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО.
3. Обеспечение методически правильного согласования различных видов учебных элементов внутри Модуля по магистерским программам.
4. Эффективный контроль знаний магистрантов в порядке, предусмотренном модульным принципом и распределением по семестру промежуточных и итоговых форм контроля.
5. Возможность реализации методических принципов компетентностного подхода, при котором создаются предпосылки для развития способности выпускника действовать в различных ситуациях, демонстрируя личностные качества и возможность адекватной социальной и профессиональной адаптации.

2. Место Модуля 2 в структуре ОПОП

Модуль 2 является вариативным Модулем ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является основой для освоения последующих Модулей 3,4.

Модуль 2 базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, дисциплин Базового модуля 1 магистратуры.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля по элементам Модуля.

Итоговая аттестация по Модулю 2 – Зачет с оценкой по Научно-техническому семинару (далее НТС)

3. Структура Модуля 2

Очная форма обучения

Содержание Модуля 2	Семестр	Продолжительность в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Дисциплина 6 Современная концепция стратегического менеджмента	2	9	Экзамен
Дисциплина 7 Маркетинговые аспекты результативности бизнеса	2	9	Экзамен, курсовая работа
Дисциплина 8 Маркетинг в ритейле	2	9	Зачет с оценкой
Дисциплина 9.1 Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации	2	9	Экзамен
Дисциплина 9.2 Экономика организации индустрии моды	2	9	Экзамен

Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	2	18	Зачет
Производственная практика. НИР2	2	18	Зачет
Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль2»)	2	18	Зачет по Модулю 2 с оценкой

Очно-заочная форма обучения

Содержание Модуля 2	Семестр	Продолжительность в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Дисциплина 6 Современная концепция стратегического менеджмента	2	9	Экзамен
Дисциплина 7 Маркетинговые аспекты результативности бизнеса	2	9	Экзамен, курсовая работа
Дисциплина 8 Маркетинг в ритейле	2	9	Зачет с оценкой
Дисциплина 9.1 Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации	2	9	Экзамен
Дисциплина 9.2 Экономика организации индустрии моды	2	9	Экзамен
Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	2	18	Зачет
Производственная практика. НИР2	2	18	Зачет
Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль2»)	2,3	27	Зачет по Модулю 2 с оценкой

4. Требования к результатам освоения Модуля 2

Реализация в Модуле 2 требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы должна формировать следующие компетенции: ОК-1,ОПК-3,ПК-1, ПК-2, ПК-3; ПК-4; ПК-5

5. Распределение компетенций по элементам Модуля 2

Каждый элемент Модуля 2 формирует определенные общекультурные (ОК) и общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции: ОК-1,ОПК-3,ПК-1, ПК-2, ПК-3; ПК-4; ПК-5

Элемент модуля	Компетенции
Дисциплина 6 Современная концепция стратегического менеджмента	ОК-1,ОПК-3,ПК-2, ПК-3
Дисциплина 7 Маркетинговые аспекты результативности бизнеса	ПК-2, ПК-5
Дисциплина 8 Маркетинг в ритейле	ПК-1,ПК-2
Дисциплина 9.1 Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации	ПК-1,ПК-5
Дисциплина 9.2 Экономика организации индустрии моды	ПК-1,ПК-5
Учебная практика. Практика по получению	

первичных профессиональных умений и навыков	ОК-1,ОПК-3, ПК-2,ПК-3,ПК-4
Производственная практика.НИР2	ОК-1,ОПК-3,ПК-1, ПК-2, ПК-3,ПК-4,ПК-5
Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)	ОК-1,ОПК-3,ПК-1, ПК-2, ПК-3; ПК-4; ПК-5

Аннотация рабочей программы «СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

Разработчик: канд.тех .наук, доцент Дружинина Ирина Александровна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Модуль:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	27	27
Контроль:	27	27
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Современная концепция стратегического менеджмента» являются: формирование научных представлений о методах стратегического менеджмента организации, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера; освоение методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; изучение методологии стратегического синтеза; выдвижения целей и задач организации; определении миссии организации; выбора стратегических альтернатив и организации их реализации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Современная концепция стратегического менеджмента» включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Современная концепция стратегического менеджмента» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования и дисциплин Модуля 1: «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент» и является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 3 магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины;

Реализация в дисциплине «Современная концепция стратегического менеджмента» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент ОПОП в учебном плане «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОПК-3,ПК-2,ПК-3.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: основные школы стратегического менеджмента; основные методы современного стратегического анализа; принципы, заложенные в оценку стратегий организации; существующие приемы выявления и оценки факторов влияния</p> <p>Уметь: использовать количественные и качественные методы исследования; использовать инструменты, разработанные различными школами стратегического менеджмента</p> <p>Владеть: навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать: основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований; обрабатывать полученные данные и их интерпретировать, осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные</p> <p>Владеть: методиками расчетов аналитических показателей, позволяющих охарактеризовать бизнес-процессы происходящие на уровне управления хозяйствующим субъектом</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Знать: методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; Владеть: практическими навыками по использованию современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологии стратегического синтеза; подходов к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3 способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив организации и обеспечения их реализации Уметь: применять современные методы управления корпоративными финансами в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив организации и обеспечения их реализации Владеть: практическими навыками по использованию современных методов управления корпоративными финансами в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив организации и обеспечения их реализации</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

- 1 Эволюция теоретических и практических подходов стратегического менеджмента
2. Основные инструменты стратегического менеджмента
- 3 Теория и практика построения высококонкурентных организаций

Аннотация рабочей программы «МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ БИЗНЕСА»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Модуль:	2	2

Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	27	27
Контроль:	27	27
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Экзамен курсовая работа	Экзамен курсовая работа

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» являются: формирование системных знаний о содержании и организации маркетинговой деятельности организации как основного субъекта хозяйствования в реальном секторе экономики; обучение навыками самостоятельного, индивидуального и творческого использования инструментария маркетинга для повышения эффективности бизнеса и составления стратегии; в понимании и анализе факторов, влияющих на разработку комплекса маркетинга; формирование у обучающихся представление о том, что маркетинг является инструментом достижения экономических целей

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные вопросы современной экономики» и «Современная концепция стратегического менеджмента».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – Экзамен, курсовая работа

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ПК-2, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать методологические аспекты маркетинга, базовые понятия и категории, инструменты и технологии для разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса. Уметь использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии для разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса. Владеть навыками практического применения инструментов и технологий маркетинга для разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса.</p>	<p>Лекции Практические занятия Курсовая работа Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5: – владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для обеспечения эффективности функционирования предприятия на основах маркетинга Уметь использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для обеспечения эффективности функционирования предприятия на основах маркетинга Владеть навыками практического применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для обеспечения эффективности функционирования предприятия на основах маркетинга</p>	<p>Лекции Практические занятия Курсовая работа Самостоятельная работа</p>

4.Разделы дисциплины

- 1 Методологические основы дисциплины: основные понятия, принципы, функции, концепции. Понятие системы маркетинга
2. Разработка комплекса маркетинга
3. Маркетинговая деятельность предприятия и эффективность бизнеса

Аннотация рабочей программы «МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	2
Семестр:	2	3
Модуль:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	90	90
Контроль:	0	0
Общая трудоемкость дисциплины в часах	144	144

Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.

4

4

Итоговый контроль

экзамен

экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в ритейле» являются: формирование системы углублённых знаний в области теории и практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия; формирование современного понимания роли мерчандайзинга в коммуникационной стратегии предприятия торговли; получение теоретических знаний и практических навыков по проектированию и формированию стратегии эффективного мерчандайзинга; внедрение методов и технологий мерчандайзинга в деятельность розничного торгового предприятия.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Маркетинг в ритейле» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций дисциплин: «Современная концепция стратегического менеджмента» и «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» уровня бакалавриата.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – Зачет с оценкой.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Маркетинг в ритейле» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент». магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды». должна формировать следующие компетенции: ПК-1, ПК-2

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и методы проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга в сфере управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Уметь: использовать теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и методы проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга в сфере управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Владеть: навыками применения теории и практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и методов проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга в сфере управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: теоретические и методологические положения и практические подходы для разработки и реализации маркетинговой стратегии и концепций мерчандайзинга розничного торгового предприятия Уметь: :разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров. Владеть: практическими навыками по использованию теоретических и методологических положения и практических подходов для разработки и реализации маркетинговой стратегии и технологий мерчандайзинга в деятельности розничного торгового предприятия</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
---	--	---

4. Разделы дисциплины

1. Маркетинг в розничной торговле
2. Коммуникационная политика розничного торгового предприятия
3. Основные процедуры мерчандайзинга

Аннотация рабочей программы «МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	2
Семестр:	2	3
Модуль:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:	54	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	216	216
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	6	6
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1.Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации» являются: формирование системных знаний о содержании и организации маркетинговых исследований и современных маркетинговых коммуникаций и их роли в системе маркетинга; приобретение навыков самостоятельного проведения маркетинговых исследований и подготовки заключительного отчета, проектирования и формирования отдельных составляющих маркетинговых коммуникаций; формирование современного понимания роли маркетинговых

исследований и маркетинговых коммуникаций для организаций индустрии моды.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации» включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций дисциплин: «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле» уровня бакалавриата.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Методы маркетинговых исследований и современные маркетинговые коммуникации» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ПК-1, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы проведения маркетинговых исследований и подходы к организации коммуникативных процессов в сфере управления организациями, подразделениями ,группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Уметь: принимать организационно-управленческие решения, направленные на организацию маркетинговых исследований и коммуникационных процессов в сфере управления организациями, подразделениями ,группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Владеть: навыками организации маркетинговых исследований и коммуникационных процессов в сфере управления организациями, подразделениями ,группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5: владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа для проведения маркетинговых исследований и организации коммуникационных процессов Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для проведения маркетинговых исследований и организации коммуникационных процессов Владеть: навыками применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для проведения маркетинговых исследований и организации коммуникационных процессов</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Цели, задачи и процесс маркетингового исследования
2. Современные маркетинговые коммуникации
3. Основные элементы маркетинговых коммуникаций

Аннотация рабочей программы

«ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ МОДЫ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Шальмиева Диана Борисовна

Форма обучения	очная	очно- заочная
Курс:	1	2
Семестр:	2	3
Модуль:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:	54	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	216	216
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	6	6
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Экономика организации индустрии моды» являются: формирование системных знаний о содержании экономического механизма функционирования производственного предприятия как основного субъекта хозяйствования в реальном секторе экономики; получение теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений в организационно-управленческой деятельности в области товарного менеджмента предприятия индустрии моды; приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности по разработке и внедрению стандартов организации материально-технического обеспечения, сбыта и контроля качества продукции индустрии моды; приобретение навыков работы с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской, и производственный учет предприятия индустрии моды.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика организации индустрии моды» включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Экономика организации индустрии моды» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций дисциплин Модуля 1. Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплин

Реализация в дисциплине «Экономика организации индустрии моды» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ПК-1, ПК-5.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-1 – способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;	<p>Знать: понятийный аппарат и экономические цели функционирования организации индустрии моды и средства их достижения; организационно – правовые формы организаций индустрии моды; элементы производственного процесса на промышленном предприятии индустрии моды</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов; осуществлять контроль за наличием материальных ресурсов на распределительных складах и в торговых предприятиях; определять основные показатели производственной и коммерческой деятельности организации индустрии моды; определять показатели использования производственных ресурсов предприятия; исчислять и анализировать основные экономические показатели конечных результатов работы предприятия; проводить количественный анализ финансовых и кредитных операций; готовить аналитические материалы по результатам.</p> <p>Владеть: методиками расчетов аналитических показателей, используемых в анализе организаций, позволяющих охарактеризовать бизнес-процессы происходящие на уровне управления хозяйствующим субъектом; навыками решения расчетных задач, связанных с производственно-финансовой деятельностью предприятия; навыками применения информационных технологий при осуществлении технико-экономических расчетов; способен готовить аналитические материалы по поведенным результатам</p>	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-5–владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать: методы ценообразования на продукцию организаций индустрии моды; закономерности формирования и потребления производственных ресурсов организаций индустрии моды; особенности организации материально-технического обеспечения, сбыта и контроля качества продукции индустрии моды;</p> <p>Уметь: исчислять и анализировать основные экономические показатели конечных результатов работы организации индустрии моды; разрабатывать стандарты организации в области материально-технического снабжения и качества товаров; разработка рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготавливать задания для групп и отдельных исполнителей; разрабатывать инструментарий проводимых исследований, анализировать их результаты; готовить данные для составления обзоров, отчетов и научных публикаций; собирать, обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по теме исследования деятельности организации индустрии моды.</p> <p>Владеть: инструментарием статистического анализа параметров организации индустрии моды; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в теории экономики организации индустрии моды; навыками подготовки заданий и разработки системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов индустрии моды.</p>	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

--	--	--

4. Разделы дисциплины

1. Предприятие (организация) и его ресурсное обеспечение
2. Экономические затраты и результаты деятельности организации индустрии моды
3. Факторы развития организации (предприятия).

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА. ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ»

Разработчик: канд.тех. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Модуль:	2	2
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговая аттестация	зачет	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения « Учебной практики. Практики по получению первичных профессиональных умений и навыков» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового Модуля 1 и части вариативных дисциплин Модуля 2; формирование у магистрантов комплексного представления об использовании теоретических основ маркетинга, и менеджмента в деятельности российских коммерческих организаций и предприятий индустрии моды, об особенностях и тенденциях их развития, использовании зарубежного опыта при функционировании организаций индустрии моды ; получение необходимого практического опыта в сфере аналитической и маркетинговой деятельности ; получение магистрантами индивидуального опыта ведения самостоятельной научной работы, исследований в практической профессиональной деятельности; сбор, обработка и анализ материалов для магистерской диссертации по выбранной теме исследования, а также подготовка магистрантов к самостоятельной научно-исследовательской работе в области выбранной темы исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

« Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков» включена в Модуль 2 Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариативной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций

предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности».

Контроль знаний магистрантов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОПК-3, ПК-2, ПК-3, ПК-4

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: специфику научных исследований по направлению «Менеджмент»; общенаучные и специальные методы исследований в соответствии с направлением магистерской программы.</p> <p>Уметь: адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; пользоваться методиками проведения научных исследований.</p> <p>Владеть: методами анализа и самоанализа; способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией</p>	Самостоятельная работа
ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать: современные тенденции в области методов и методик управленческого и финансового анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования.</p> <p>Уметь: находить адекватные аналитические методы обоснования маркетинговых, инвестиционных, финансовых решений; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний</p> <p>Владеть: навыками анализа форм и таблиц аналитической статистики; методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	Самостоятельная работа

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p> <p>использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом и навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

	решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами.	
ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по их применению	<p>Знать: ключевые направления и методы работы подразделения по управлению финансами; методы анализа (количественные и качественные) и обработки финансовой информации, принципы формирования финансовых планов и финансовой отчетности организации-базы практики; показатели основной и финансовой деятельности организации-базы практики и их взаимосвязи.</p> <p>Уметь: правильно ориентироваться и «читать» бухгалтерскую (финансовую) отчетность, а также плановые и фактические денежно-финансовые документы; применять аналитический аппарат, проводить экспресс-анализ финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные организации; проводить первичный анализ состава и содержания денежных и финансовых планов (бюджетов) и финансовой отчетности организации-базы практики с использованием современных методов, включая программные; обобщать и анализировать полученные результаты собственной учебной практики</p> <p>Владеть: навыками сбора плановой и фактической финансово-экономической информации по объекту анализа; навыками применения теории и методологии финансов, выбора метода анализа финансово-экономической информации (количественный или качественные методы) в зависимости от особенностей анализируемого объекта; подготавливать аналитические материалы по результатам исследования</p>	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики стационарная , выездная

4.2. Форма проведения практики рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности, маркетинговые коммерческие организации, предприятия ритейла.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние

здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5.Содержание практики

1. Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научно-технической информации в области индустрии моды, уточнение темы исследования с учетом рекомендации кафедры или коммерческой организации, где планируется проведение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, анализ актуальности темы исследования.

2. Исследовательский этап: сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, составление обзора литературы, постановка задач исследования; выбор методики проведения научного исследования по теме работы. Выбор конкретной организации или объектов исследования. Изучение информации об исследуемых объектах (история создания, тенденции и перспективы развития, изменение рейтингов и др.)

3.Выступление с докладом о ходе практики на научно-техническом семинаре.

Подготовка статьи по теме исследования

4.Заключительный этап, в том числе участие в составлении отчета (разделов отчета) по теме или ее разделу, подготовка доклада и тезисов доклада на конференции, подготовка статьи к публикации

Аннотация рабочей программы

«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 2»

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1-2
Семестр:	2	2-3
Модуль:	2	2
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	252	540
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	252	540
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	7	15
Итоговый контроль	Зачет	Зачет

1. Цели «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового Модуля 1 и дисциплин Модуля 2; проведение эмпирических исследований по теме ВКР; консультации с руководителем ВКР на регулярной основе; консультации с руководителем магистерской программы в рамках научно-технического семинара, написание главы 2 ВКР.

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 2» содержит следующие элементы: ознакомление с рабочей программой научно-исследовательской

работы и получаемыми в результате ее проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской работы; анализ специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации для написания главы 2 ВКР, выполнение исследований, написание Отчета по НИР 2 (Глава 2 ВКР)

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 2» включена в Модуль 2, Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариативной части подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 2» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Методологические основы экономических исследований», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Актуальные проблемы современной экономики», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», при выполнении научно-исследовательской работы по выбранной научной теме.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: специфику научных исследований по направлению «Менеджмент»; общенаучные и специальные методы исследований в соответствии с направлением магистерской программы</p> <p>Уметь: адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; пользоваться методиками проведения научных исследований</p> <p>Владеть: методами анализа и самоанализа; способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией</p>	Самостоятельная работа

<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: современные тенденции в области методов и методик стратегического менеджмента, маркетинговых аспектов результативности бизнеса и маркетинга в ритейле; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования.</p> <p>Уметь: находить адекватные аналитические методы обоснования маркетинговых решений; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний</p> <p>Владеть: навыками анализа форм и таблиц аналитической статистики; методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	--	-----------------------------------

<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями.</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Владеть: навыками применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	--	-------------------------------

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга.</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p> <p>использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	--	-------------------------------

<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	--	-------------------------------

<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессам в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга. Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга; обрабатывать и интерпретировать полученные данные, готовить аналитические материалы по результатам прикладных исследований . Владеть: методиками расчетов аналитических показателей, позволяющих охарактеризовать бизнес-процессы , происходящие в области стратегического менеджмента, категорий и инструментов маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия , технологий эффективного мерчандайзинга; навыками применения информационных технологий при осуществлении экономических расчетов; способен готовить аналитические материалы по результатам проведенных исследований.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методологические аспекты экономического и стратегического анализа, принципы организации анализа, основные направления и информационные источники для его проведения в сфере стратегического менеджмента и маркетинга. Уметь: применять современные методы экономического и стратегического анализа; оценивать состояние организации; выявлять и описывать факторы внутренней и внешней среды , обуславливающие изменение организации; формулировать стратегию менеджмента, обосновывать управленческие решения в области маркетинговой деятельности и коммуникационной политики розничного торгового предприятия с учетом результатов анализа. Владеть: практическими навыками по использованию основных методов, приемов и способов проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в области менеджмента , маркетинга и деятельности розничного торгового предприятия; навыками по интерпретации результатов анализа и моделирования бизнес- процессов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

**4. СПОСОБЫ, ФОРМЫ И МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ
«ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 2»**

4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2» - стационарная, выездная.

4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2»: рассредоточенная

4.3. Место проведения: кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности, маркетинговые коммерческие организации, предприятия ритейла.

4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Разделы самостоятельной работы

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Анализ литературы для выбора и описания предмета исследования. Выполнение анализа. Консультация с руководителем
3. Разбор одного из источников отечественной (зарубежной) литературы
4. Корректировка темы научного исследования
5. Корректировка задач исследования
6. Корректировка позиций научной новизны и практической значимости исследования
7. Выбор методов и средств научного исследования
8. Отчет по подготовительному этапу исследования
9. Подготовка тезисов доклада на конференции
10. Подготовка доклада к конференции
11. Подготовка презентации к докладу
12. Подготовка статьи к опубликованию
13. Подготовка отчета по научно-исследовательскому этапу исследования

«НТС (Зачеты по модулю «Модуль2»)

Разработчик: канд. техн наук, доц. Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	2
Семестр:	2	2-3
Модуль:	2	2
Лекции:		
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	144	144
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	4	4
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплин

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)

 является формой сквозной организации и контроля образовательного процесса и научно-исследовательской работы магистрантов во втором Модуле, необходимой для усиления уровня общекультурных и общепрофессиональных компетенций, формируемых в первом базовом Модуле 1 и приобретении профессиональных компетенций, относящихся к организационно-управленческому и

аналитическому видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)» представляет собой площадку для развития ключевых профессиональных навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к выбранным видам профессиональной деятельности. Семинар ориентирован на развитие у магистрантов мотивации к включению в реальные исследовательские проекты, переход от традиционных форм обучения к более современным форматам, базирующимся на совместной деятельности, решении общих задач, дискуссиях, диалогах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)» включена в Модуль 2 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», при выполнении научно-исследовательской работы по выбранной научной теме.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет с оценкой.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в дисциплине требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ОК-1,ОПК-3,ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4,ПК-5.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>Знать – специфику научных исследований по направлению «Менеджмент»; общенаучные и специальные методы исследований в соответствии с направлением магистерской программы; содержание инструментальных средств исследования; технологию научно-исследовательской деятельности; порядок организации и проведения научно-практических исследований и работ в целях методологического и методического обеспечения организации; Уметь – адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; пользоваться методиками проведения научных исследований; находить связи экономических процессов с другими процессами, происходящими в обществе и на этой основе прогнозировать перспективы развития конкретной организации; организовывать и проводить научно-практические исследования и работы в целях разработки на основе их результатов методических и другие рекомендаций для практических работников организации. Владеть - методами анализа и самоанализа; способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией; делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований; навыками самостоятельной разработки, принятия и проведения в жизнь решения .</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: современные тенденции в области методов и методик управленческого анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования в области менеджмента, маркетинга, розничного торгового предприятия, брендинга. Уметь :находить адекватные аналитические методы обоснования решений в области менеджмента и маркетинга; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний, Владеть: навыками анализа форм и таблиц аналитической статистики; методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
---	--	---

<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании ; основные этапы стратегического процесса и особенности их практической реализации; современную концепцию менеджмента; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области маркетинга; содержание методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга</p> <p>Уметь: комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения; оценивать современную концепцию менеджмента и этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области маркетинга; содержание методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга .</p> <p>Владеть: навыками определения стратегических целей и направлений развития компании; навыками разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений, предложить варианты реализации данных стратегий; навыками оценивать современную концепцию менеджмента и этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области маркетинга; владеть методологией маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории и практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия; владеть технологией эффективного мерчандайзинга .</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
---	--	--

<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: методологические аспекты современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
--	--	--

<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессам в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга; обрабатывать и интерпретировать полученные данные, готовить аналитические материалы по результатам прикладных исследований .</p> <p>Владеть: методиками расчетов аналитических показателей, позволяющих охарактеризовать бизнес-процессы , происходящие в области стратегического менеджмента, категорий и инструментов маркетинга , деятельности розничного торгового предприятия , технологий эффективного мерчандайзинга; навыками применения информационных технологий при осуществлении экономических расчетов; способен готовить аналитические материалы по результатам проведенных исследований.</p> <p>.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методологические аспекты экономического и стратегического анализа, принципы организации анализа, основные направления и информационные источники для его проведения в сфере стратегического менеджмента и маркетинга.</p> <p>Уметь применять методологические аспекты экономического и стратегического анализа, принципы организации анализа, основные направления и информационные источники для его проведения в сфере стратегического менеджмента и маркетинга.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию основных методов, приемов и способов проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области менеджмента , маркетинга и деятельности розничного торгового предприятия; навыками по интерпретации результатов анализа и моделирования бизнес-процессов.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4.Разделы дисциплины

1. Участие в устной дискуссии в формате Круглого стола. План выполнения диссертации
2. Участие в семинаре. Заполнение Дневника для прохождения практики по

- получению первичных профессиональных умений и навыков.
3. Устная дискуссия в формате круглого стола. Контроль заполнения Портфолио. Написание главы объекты и методы исследования
 4. Тезисы, презентация и доклад к участию в конференции
 5. Публичная лекция ведущего специалиста в области менеджмента.
 6. Публичное обсуждение хода образовательного процесса, результатов научно-исследовательской работы, прохождения практики
 7. Подготовка отчета

МОДУЛЬ 3

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

МОДУЛЯ 3 «ВАРИАТИВНЫЙ МОДУЛЬ 2»

Разработчик: канд. техн. Наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2-3
Семестр:	3	3-4
Модуль:	3	3
Лекции:	54	54
Практические:	144	144
Самостоятельная работа студента:	774	891
Контроль:	108	135
Общая трудоемкость дисциплин	1152	1224
в зач. ед.	30	34
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цель освоения Модуля 3

Целью освоения Модуля 3 является усиление у магистрантов общекультурных и общепрофессиональных компетенций, база которых была заложена в Модуле 1 и Модуле 2 в процессе прохождения дисциплин, выполнения НИР и участия в НТС, а также дальнейшее формирование у магистрантов профессиональных компетенций.

Задачами Модуля 3 является: изучение методологических и методических вопросов маркетинга как инструмента для решения разнообразных проблем предпринимательской деятельности в индустрии моды; формирование понимания роли маркетинга в деятельности компании и изучение его проблем в современной экономике; получение магистрантами комплекса представлений о роли, функциях, задачах и этапах разработки маркетинговых стратегий; формирование системы ключевых компетенций, обеспечивающих обоснование необходимости осуществления осознанного и целенаправленного стратегического управления брендовым портфелем в организациях индустрии моды; формирование системных знаний о существующих теоретико-методологических подходах к потребительскому поведению; получение знаний, умений и навыков, необходимых для: поиска, анализа и оценки информации при подготовке и принятии управленческих решений в области конкурентного анализа; выработка практических навыков принятия стратегических решений по ключевым вопросам и адаптации стратегий маркетингового комплекса к уникальным потребностям, обстоятельствам и факторам среды потребителей индустрии моды; приобретение знаний и навыков в разработке товарной (брендинговой) стратегии; обучение навыками самостоятельного, индивидуального и творческого использования методов управления лояльностью потребителей и процессом принятия решений о покупке товаров и услуг:

осуществление анализа существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; проведения оценки эффективности проектов с учетом фактора рыночной неопределенности.

1. Системный подход к построению структуры дисциплин Модуля.
2. Структурирование знаний на обособленные элементы, формирующие у магистрантов осознанную ясную перспективу личностного общекультурного, общепрофессионального и профессионального роста **в организационно-управленческой и аналитическом** видах профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО.
3. Обеспечение методически правильного согласования различных видов учебных элементов внутри Модуля по магистерским программам.
4. Эффективный контроль знаний магистрантов в порядке, предусмотренном модульным принципом и распределением по семестру промежуточных и итоговых форм контроля.
5. Возможность реализации методических принципов компетентностного подхода, при котором создаются предпосылки для развития способности выпускника действовать в различных ситуациях, демонстрируя личностные качества и возможность адекватной социальной и профессиональной адаптации.

2. Место Модуля 3 в структуре ОПОП

Модуль 3 является вариативным Модулем ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является основой для освоения последующего Модуля 4.

Модуль 3 базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, дисциплин базового модуля 1 и Вариативных Модулей 1 и 2 магистратуры.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля по элементам Модуля.

Итоговая аттестация по Модулю 3 – **Экзамен** по Научно-техническому семинару (далее НТС)

3. Структура Модуля 3

Очная форма обучения

Содержание Модуля 3	Семестр	Продолжительность в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Дисциплина 10 Стратегический маркетинг	3	9	Экзамен
Дисциплина 11 Стратегическое управление брендовым портфелем компании	3	9	Экзамен
Дисциплина 12.1 Управление лояльностью потребителей	3	9	Экзамен
Дисциплина 12.2 Теория и практика конкурентного анализа	3	9	Экзамен
Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)	3	18	Зачет
Производственная практика. НИРЗ	3	18	Зачет
Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)	3	18	Дисциплина «НТС (Зачеты по модулю «Модуль 2»)

Очно-заочная форма обучения

Содержание Модуля 3	Семестр	Продолжительность в	Форма контроля по элементам модуля
---------------------	---------	---------------------	------------------------------------

		неделях	
Дисциплина 10 Стратегический маркетинг	3	9	Экзамен
Дисциплина 11 Стратегическое управление брендовым портфелем компании	3	9	Экзамен
Дисциплина 12.1 Управление лояльностью потребителей	4	9	Экзамен
Дисциплина 12.2 Теория и практика конкурентного анализа	4	9	Экзамен
Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)	4	18	Зачет
Производственная практика. НИРЗ	4	18	Зачет
Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)	3-4	27	Экзамен по Модулю 3

3. Требования к результатам освоения Модуля 3

Реализация в Модуле 3 требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**» должна формировать следующие компетенции: ОПК-1,ОПК-3,ПК-1, ПК-2, ПК-3; ПК-4; ПК-5,

5. Распределение компетенций по элементам Модуля 3

Каждый элемент Модуля 3 формирует определенные общекультурные (ОК) и общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции:ОПК-1,ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3; ПК-4; ПК-5,

Элемент модуля	Компетенции
Дисциплина 10 Стратегический маркетинг	ПК-2; ПК-4,ПК-5;
Дисциплина 11 Стратегическое управление брендовым портфелем компании	ОПК-1; ОПК-3 ;ПК-2; ПК-5
Дисциплина 12.1 Управление лояльностью потребителей	ПК-5
Дисциплина 12.2 Деловые коммуникации в бизнес среде	ПК-5
Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)	ПК-1; ПК-2, ПК-3,ПК-4; ПК-5
Производственная практика. НИРЗ	ОПК-1; ОПК-3; ПК-1; ПК-2;ПК-3; ПК-4; ПК-5
Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)	ОПК-1; ОПК-3; ПК-1;ПК-2;ПК-3; ПК-4; ПК-5;

Аннотация рабочей программы «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Модуль:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	63	63
Контроль:	27	27
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	144	144
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	4	4
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели и освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» являются: формирование понимания роли маркетинга в деятельности компании и изучение его проблем в современной экономике; получение магистрантами комплекса представлений о роли, функциях, задачах и этапах разработки маркетинговых стратегий; выработка практических навыков принятия стратегических решений по ключевым вопросам и адаптации стратегий маркетингового комплекса к уникальным потребностям, обстоятельствам и факторам среды потребителей компании. Задачи дисциплины: формировать знания о методах и принципах стратегического маркетинга; выбирать методы, приемы, способы сбора информации для разработки стратегии маркетинга; обосновывать выбор стратегии маркетинга из всех возможных с целью повышения эффективности и конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина включена в Модуль 3 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Стратегический маркетинг» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, а также она дополняет компетенции, полученные в дисциплинах «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле» и является базовой для освоения вариативной дисциплины Модуля 3 «Стратегическое управление брендовым портфелем компании».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Стратегический маркетинг» требований ФГОС ВО по направлениям 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ПК-2, ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций

<p>ПК- 2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: основные теоретические и методологические положения стратегического маркетинга и практические подходы к разработке маркетинговой стратегии Уметь: ставить цели, формулировать задачи, находить решения и обеспечивать их реализацию с использованием инструментов стратегического маркетинга. Владеть: маркетинговыми технологиями разработки стратегии и методами реализации маркетинговых программ развития компании на разных уровнях управления.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: количественные и качественные методы оценки в области стратегического менеджмента Уметь: уметь применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения Владеть: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5 – владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: основные понятия, категории и инструменты экономического, стратегического и ситуационного анализа участников рынка Уметь: использовать методы экономического, стратегического и ситуационного анализа маркетинговой среды компании и исследовать поведение экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: современными методами и методиками сбора, обработки, анализа и интерпретации маркетинговой информации и навыками профессиональной аргументации при проведении стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Роль стратегического маркетинга в управлении компанией
2. Стратегии конкурентного поведения
3. Обзор стратегий маркетингового комплекса

Аннотация рабочей программы
«СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОМПАНИИ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Дружинина Ирина Александровна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Модуль:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	63	63
Контроль:	27	27
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	144	144
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	4	4
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Стратегическое управление брендовым портфелем компании» являются: формирование системы ключевых компетенций, обеспечивающих обоснование необходимости осуществления осознанного и целенаправленного стратегического управления брендовым портфелем в организациях, в области создания и управления портфелем брендов, как на внутреннем, так и внешнем рынках; приобретение знаний и навыков в разработке товарной (брендинговой) стратегии организации в условиях динамично изменяющейся внешней деловой среды и жестких условий экономической конкуренции.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегическое управление брендовым портфелем компании» включена в Модуль 3 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды»

Дисциплина «Стратегическое управление брендовым портфелем компании» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций дисциплин «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле» и «Стратегический маркетинг».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Стратегическое управление брендовым портфелем компании» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-3, ПК 2, ПК-5.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Знать: основные нормы современного русского и иностранного языка, систему функциональных стилей для составления текстов с целью осуществления коммуникации. в устной и письменной формах Уметь: устно и письменно излагать свои мысли на русском и иностранном языках, демонстрировать высокий уровень владения ими с целью коммуникации для решения задач в своей профессиональной деятельности Владеть навыками использования в устной и письменной формах основными нормами русского и иностранного языков, . создания грамотных текстов учебной и научной тематики реферативного характера . для решения задач своей профессиональной деятельности.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: основные этапы проектирования бренда; принципы проведения анализа при обосновании концепции создания бренда компании или товара; основные методы «портфельного анализа» брендов в организации; принципы и методы формирования модели бренда; подходы к разработке и выбору к созданию атрибутов брендов и брендбука. Уметь: формулировать принципы формирования бренда компании; осуществлять руководство процесса создания эффективной модели бренда, обеспечения условий реализации роли бренда и условий ее корректировки; формулировать причины допущенных в ходе реализации различных моделей бренда. ошибок и предлагать способы их устранения. Владеть: навыками построения экономически эффективной модели бренда компании, грамотного управленческого решения по целесообразности внесения корректив в модель бренда; технологии создания и продвижения бренда компании.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Знать: этапы проектирования бренда; принципы проведения анализа при обосновании концепции бренда; принципы и методы формирования модели бренда; подходы к разработке и выбору атрибутов брендов и брендбука с целью разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений в области бренд-менеджмента и обеспечивать возможность их реализации;</p> <p>Уметь: применять на практике этапы проектирования бренда; принципы проведения анализа при обосновании концепции бренда; принципы и методы формирования модели бренда; подходы к разработке и выбору атрибутов брендов и брендбука с целью разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений в области бренд-менеджмента и обеспечивать возможность их реализации;</p> <p>Владеть: практическими навыками осуществления этапов проектирования бренда; анализа для обоснования концепции бренда; принципов и методов формирования модели бренда; подходов к разработке и выбору атрибутов брендов и брендбука с целью разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений в области бренд-менеджмента и обеспечивать возможность их реализации;</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для проектирования бренда, обоснования его концепции, формирования модели и разработки атрибутов бренда.</p> <p>Уметь: применять на практике методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для проектирования бренда, обоснования его концепции, формирования модели и разработки атрибутов бренда.</p> <p>Владеть: навыкам использования на практике методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для проектирования бренда, обоснования его концепции, формирования модели и разработки атрибутов бренда.</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Стратегический брендовый портфель и его связь со стратегией компании
2. Основные модели проектирования стратегического брендового портфеля компании
3. Оптимизация стратегического брендового портфеля компании

Аннотация рабочей программы
«УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

Разработчик: канд. техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Модуль:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	135	108
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	216	216
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	6	6
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление лояльностью потребителей» является формирование системных знаний о существующих теоретико-методологических подходах к потребительскому поведению; обучение навыками самостоятельного, индивидуального и творческого использования методов управления лояльностью потребителей и процессом принятия решений о покупке товаров и услуг в современных условиях ведения бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Управление лояльностью потребителей» включена в Модуль 3 Блока 1 (дисциплины) вариативной части дисциплина по выбору учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Управление лояльностью потребителей» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций в дисциплинах «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Реализация в дисциплине «Управление лояльностью потребителей» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» 38.04.02 «Менеджмент» должна формировать следующую компетенцию: ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций

<p>ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы анализа потребительского поведения, содержание внутренних и внешних факторов, методы выявления и оценки мотивационных факторов поведения и удовлетворенности потребителей, модели покупательского поведения и факторы, влияющих на него, методы управления лояльностью потребителей на рынке потребительских товаров и услуг Уметь: использовать методы анализа потребительского поведения, содержание внутренних и внешних факторов, методы выявления и оценки мотивационных факторов поведения и удовлетворенности потребителей, модели покупательского поведения и факторы, влияющих на него, методы управления лояльностью потребителей на рынке потребительских товаров и услуг Владеть: навыками практического применения методов анализа потребительского поведения, внутренних и внешних факторов поведения потребителей, методов выявления и оценки мотивационных факторов поведения и удовлетворенности потребителей, моделей покупательского поведения и факторов, влияющих на него, методов управления лояльностью потребителей на рынке потребительских товаров и услуг</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>
---	---	---

4. Разделы дисциплины

1. Теоретические основы управления лояльностью
2. Внутренние и внешние факторы поведения потребителей
3. Управление лояльностью потребителей

Аннотация рабочей программы «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС СРЕДЕ»

Разработчик: старший преподаватель Пурыскина Валентина Анатольевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Модуль:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	135	108
Контроль:	27	54
Общая трудоемкость дисциплины в часах	216	216
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	6	6
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Деловые коммуникации в бизнес среде» является формирование у магистрантов представлений о коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности; освоение коммуникативного категориального аппарата;

понимание возможностей практического положения деловой коммуникации и ее взаимосвязи с бизнес средой и речевым поведением; овладение навыками организации и проведения различных форм деловых коммуникаций и процессом принятия решений о проведении эффективных деловых переговоров в современных условиях ведения бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Деловые коммуникации в бизнес среде» включена в Модуль 3 Блока 1 (дисциплины) вариативной части дисциплина по выбору учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению **38.04.02 Менеджмент**.

Дисциплина «Деловые коммуникации в бизнес среде» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин Вариативного Модуля 2 и является базовой для освоения дисциплин Инвариантного Модуля 4 магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**» в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Деловые коммуникации в бизнес среде» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы «**Маркетинг в индустрии моды**» 38.04.02 «Менеджмент» должна формировать следующие компетенции: ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК- 5 владение методами экономического стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать: особенности вербальных средств коммуникации, необходимых для достижения взаимопонимания и успеха в сфере делового общения; методы анализа и оценки мотивационных факторов поведения потребителей, методики разрешения конфликтных ситуаций на рынке потребительских товаров и услуг</p> <p>Уметь: применять в процессе делового общения основные правила и принципы вербальных средств коммуникации, анализируя возникающие проблемы и взаимодействуя для принятия эффективных управленческих решений; использовать методы анализа и оценки мотивационных факторов поведения потребителей, методики разрешения конфликтных ситуаций на рынке потребительских товаров и услуг</p> <p>Владеть: основными методами вербальной формы деловых коммуникаций и в частности деловым общением, определяя тему совещания и анализируя возникающие проблемы, а также принимая решения для эффективного взаимодействия всех подразделений организации и улучшения ее деятельности; навыками практического применения методов анализа и оценки мотивационных факторов поведения потребителей, методиками разрешения конфликтных ситуаций на рынке потребительских товаров и услуг</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации
2. Основные формы деловых коммуникаций
3. Конфликтное взаимодействие в бизнес среде

Аннотация рабочей программы

«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)»

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Модуль:	3	3
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет	Зачет

1. Цели практики

Целями освоения « Производственной практики. Практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» являются: расширение и углубление теоретических и профессиональных знаний, полученных при изучении дисциплин базового модуля 1, вариативного модуля 2 и части вариативных дисциплин модуля 3; формирование у магистрантов комплексного представления об использовании теоретических основ маркетинга, и менеджмента в деятельности российских коммерческих организаций и предприятий индустрии моды, об особенностях и тенденциях их развития, использовании зарубежного опыта при функционировании организаций индустрии моды ; получение необходимого практического опыта в сфере аналитической и маркетинговой деятельности ; получение магистрантами индивидуального опыта ведения самостоятельной научной работы, исследований в практической профессиональной деятельности; сбор, обработка и анализ материалов для магистерской диссертации по выбранной теме исследования, а также подготовка магистрантов к самостоятельной научно-исследовательской работе в области выбранной темы исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

« Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» включена в Модуль 3 Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариативной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

« Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг», «Стратегическое управление брендовым портфелем компании ».

Контроль знаний магистрантов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4,ПК-5,

Код компетенции, формулировка	Критерии результата обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	------------------------------	-------------------------------------

<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: что такое инвестиционная корпоративная стратегия, программы организационного развития и изменений и направления их реализации</p> <p>Уметь: выявлять и оценивать основные факторы, определяющие инвестиционную корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и направления их реализации</p> <p>Владеть: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-3 способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач Уметь: анализировать , классифицировать и применять на практике современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач. Владеть: навыками анализа современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать различные количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании. Уметь применять различные количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании. Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Уметь: обоснованно выбирать методы экономического и стратегического анализа необходимые для проведения исследований в области инвестиционной политики организации. Владеть: практическими навыками использования собранной информации для составления суждений о состоянии и тенденциях повышения финансовой конкурентоспособности организации и ее продвижения на рынке.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики стационарная , выездная

4.2. Форма проведения практики рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: Базами для проведения практики по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности являются кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности, маркетинговые коммерческие организации, предприятия ритейла.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий

4. Содержание практики

1.Подготовительный этап: Ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; знакомство с местом прохождения практики, с профилем организации и особенностями ее сферы деятельности, в том числе в области маркетинга; определение источников и методов сбора информации, необходимой для прохождения практики

2.Аналитический этап: Факторная и интегральная оценка конкурентоспособности организации; анализ уровня и выявления направлений повышения конкурентоспособности организации; составление суждения об уровне устойчивости конкурентоспособности организации

3.Этап прогнозирования: Анализ маркетинговой деятельности организации, используемых на практике инструментов и методов продвижения продукции; оценка силы и потенциала корпоративного бренда; анализ уровня корпоративной культуры и корпоративной идентичности; составление суждения о перспективах развития бизнеса и о роли маркетинга в этом направлении. На основе проведенного анализа составить прогноз изменения основных показателей и результатов деятельности организации. Выступление с докладом о ходе практики на научно-техническом семинаре. Подготовка статьи по теме исследования.

4.Заключительный этап, в том числе составление отчета по практике, подготовка доклада и тезисов доклада на конференции, подготовка статьи к публикации

Аннотация рабочей программы

«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 3»

Разработчик: канд.техн.. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3-4
Модуль:	3	3
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	324	468
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	324	468
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	9	13
Итоговый контроль	зачет	зачет

1. Цели «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового Модуля 1 и дисциплин Модуля 2; а также дисциплин Модуля 3, проведение эмпирических исследований по теме ВКР; консультации с руководителем ВКР на регулярной основе; консультации с руководителем магистерской программы в рамках научно-технического семинара, написание главы 3 (Эмпирическая часть).

«Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3» содержит следующие элементы: ознакомление с рабочей программой научно-исследовательской работы и получаемыми в результате ее проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской работы; анализ специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации для написания главы 3 ВКР, написание Отчета по НИР 3 (Глава 3)

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 3» включена в Модуль 3 Блока 2 (Практики) вариативной части подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 3» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг» и «Стратегическое управление брендовым портфелем компании».

Итоговая аттестация по практике – **зачет**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОПК-1,ОПК-3,ПК-1,ПК-2, ПК-3,ПК-4,ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ОПК-1 готовностью к коммуникации и в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности ;</p>	<p>Знать: специфику научного знания в области менеджмента, маркетинга, организации розничного торгового предприятия , брендинга; главные этапы развития этой сферы деятельности; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с иностранного языка.</p> <p>Уметь :приобретать систематические знания в области менеджмента, маркетинга, организации розничного торгового предприятия , брендинга; анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, излагать научным языком проблемы научного исследования в докладах и статьях; анализировать сильные и слабые стороны проблемы исследования; читать на иностранном языке и понимать специальную экономическую литературу, участвовать в диалогах в ситуациях профессионального общения.</p> <p>Владеть : понятийным аппаратом выбранной области исследования, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний, способами оценки эффективности принятых решений; основами составления письма, необходимыми для подготовки тезисов, публикаций и ведения деловой переписки, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: современные тенденции в области методов и методик управленческого анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования.</p> <p>Уметь: находить адекватные аналитические методы обоснования маркетинговых решений; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний</p> <p>Владет: методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-1 способность управлять организация ми, подразделен иями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; роль , функции, задачи и этапы разработки маркетинговой стратегии; этапы создания и управления портфелем брендов компании</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании: принимать решения, направленные на оптимальное управление организацией.</p> <p>Владеть; навыками применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостояте льная работа</p>
--	---	--

<p>ПК-2 способность у разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; этапы разработки маркетинговой стратегии и этапы создания и управления портфелем брендов компании в условиях неопределенности внешней среды.</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p> <p>использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать маркетинговую стратегию и управлять портфелем бренда компании.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: навыками разработки маркетинговой стратегии и формирования эффективного брендового портфеля; уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	--	-----------------------------------

<p>ПК-3: способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: базовые понятия и категории; принципы организации и принятия управленческих решений, основные направления и информационные источники для его проведения; методологические аспекты современной концепции стратегического менеджмента, методы анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга, этапы разработки стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач</p> <p>Уметь: применять современные методы управленческого анализа; профессионально интерпретировать результаты управленческого анализа предпринимательской деятельности, оформлять аналитические выводы и обосновывать рекомендации для целей повышения эффективности управления; оценить альтернативные варианты решения поставленной задачи с целью выбора наиболее оптимального; обосновывать управленческие решения с учетом результатов анализа; использовать современную концепцию стратегического менеджмента, применять методы анализ макро и микросреды и методологию стратегического синтеза; обосновывать подходы к выбору стратегических альтернатив организации; применять базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для разработки маркетинговой стратегии и эффективного портфеля брендов компании для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач</p> <p>Владеть: навыками индивидуальной исследовательской работы в области совершенствования постановки и методов управленческого анализа и диагностики предпринимательской деятельности; навыками профессионального формирования информационной базы и использования всех доступных источников информации в области управления корпоративными финансами; навыками индивидуальной исследовательской работы в области совершенствования постановки и методов управленческого анализа и диагностики предпринимательской деятельности; ;навыками использовать современную концепцию стратегического менеджмента, навыками применения методов анализа макро и микросреды и методологии стратегического синтеза; навыками обоснования выбора стратегических альтернатив организации и применения базовых понятий, категорий, инструментов и технологий маркетинга; навыками разработки маркетинговой стратегии и формирования эффективного портфеля брендов компании .</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	--	-------------------------------

<p>ПК-4: способность ю использовать количествен ные и качественны е методы для проведения прикладных исследовани й и управления бизнес- процессами, готовить аналитическ ие материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: методики проведения количественного и качественного анализа; теоретические основы принятия управленческих решений на основании проведенного анализа; современные методы и приемы управленческого анализа деятельности организаций; методики проведения количественного и качественного анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов.</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга</p>	<p>Самостояте льная работа</p>
--	---	--

<p>ПК-5; владением методами экономическ ого и стратегическ ого анализа поведения экономическ их агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: выбирать наиболее эффективные методы решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостояте льная работа</p>
---	--	--

4. СПОСОБЫ, ФОРМЫ И МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ «Производственной практики.

Научно-исследовательская работа 3»

4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3» - стационарная, выездная.

4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»: рассредоточенная

4.3. Место проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»: кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности.

4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5.Разделы самостоятельной работы

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы
2. Подготовка списка источников по теме исследования
3. Разбор одного из источников отечественной (зарубежной) литературы
4. Проведение анализа деятельности конкретной организации
5. Корректировка методов и средств научного исследования
6. Разработка мероприятия по улучшению деятельности организации
7. Подготовка тезисов доклада на конференции
8. Подготовка доклада к конференции
9. Подготовка презентации к докладу
10. Подготовка статьи к опубликованию
11. Подготовка заключительного отчета по научно-исследовательской работе

Аннотация рабочей программы

«НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)»

Разработчик: канд., техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3-4
Модуль:	3	3
Лекции:		
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	81	81
Контроль:	27	27
Общая трудоемкость дисциплины в часах	144	144
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	4	4
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)» является формой сквозной организации контроля научно-исследовательской работы магистрантов в течение всего времени обучения, создающей условия для формирования компетенций комплексного применения знаний и навыков, получаемых в ходе обучения по всем дисциплинам программы, в процессе создания магистерской диссертации.

Целями освоения дисциплины «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)» являются: закрепление и расширение теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового Модуля 1, вариативного Модуля 2 и части вариативных дисциплин модуля 3.

Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)» предусматривает: ознакомление с рабочей программой научно-технического семинара и получаемыми в результате его проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской и аналитической работы; доклады магистрантов о результатах НИР по 3 модулю; составление плана работы магистранта на 3(4) семестр; дискуссия по планам научных исследований магистрантов; сбор, обработку, анализ и систематизацию фактической информации по теме работы, проведение анализа деятельности коммерческой организации и прогноза ее развития; обсуждение тем и планов публикаций магистрантов; сбор, обобщение и обработку результатов научных исследований, полученных в рамках проведенной научно-исследовательской работы; подготовку доклада и тезисов доклада на конференции, подготовку материалов к публикации; отчет по этапу исследования и плану обучения 3 модуля.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «НТС (Экзамены по модулю «Модуль 3»)» включена в Модуль 3 Блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Разработка

инвестиционной стратегии», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг» и «Стратегическое управление брендовым портфелем компании», при выполнении научно-исследовательской работы по выбранной научной теме.

Контроль знаний магистрантов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – экзамен

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в дисциплине требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-1 – готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;	<p>Знать: специфику научного знания в области менеджмента, маркетинга, организации розничного торгового предприятия, брендинга; главные этапы развития этой сферы деятельности; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с иностранного языка.</p> <p>Уметь: приобретать систематические знания в области менеджмента, маркетинга, организации розничного торгового предприятия, брендинга; анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, излагать научным языком проблемы научного исследования в докладах и статьях; анализировать сильные и слабые стороны проблемы исследования; читать на иностранном языке и понимать специальную экономическую литературу, участвовать в диалогах в ситуациях профессионального общения.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом выбранной области исследования, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний, способами оценки эффективности принятых решений; основами составления письма, необходимыми для подготовки тезисов, публикаций и ведения деловой переписки, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	Самостоятельная работа Практические занятия
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать- современные тенденции в области методов и методик управленческого и финансового анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования.</p> <p>Уметь - находить адекватные аналитические методы обоснования маркетинговых, инвестиционных, финансовых решений; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний</p> <p>Владеть - методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	Самостоятельная работа Практические занятия
ПК-1 способность	Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и	Самостоятельная

<p>ю управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p>	<p>работа Практические занятия</p>
<p>ПК-2: способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; этапы разработки маркетинговой стратегии и этапы создания и управления портфелем брендов компании в условиях неопределенности внешней среды.</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p> <p>использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать маркетинговую стратегию и управлять портфелем бренда компании.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: навыками разработки маркетинговой стратегии и формирования эффективного брендового портфеля; уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития</p>	<p>Самостоятельная работа Практические занятия</p>

	<p>организации и ее окружения.</p>	
<p>ПК-3: способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия. Уметь применять современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия. Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологией стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами</p>	<p>Самостоятельная работа Практические занятия</p>
<p>ПК-4: способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес- процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать различные количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании. Уметь применять различные количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании. Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения прикладных исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостоятельная работа Практические занятия</p>

<p>ПК-5; владением методами экономическ ого и стратегическ ого анализа поведения экономическ их агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь выбирать наиболее эффективные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть навыками практического использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостояте льная работа Практическ ие занятия</p>
---	---	--

4.Разделы дисциплины

1. Обсуждение содержания Модуля 3. Перечень дисциплин. Содержание НИР 3. Порядок прохождения практики по получению профессиональны умений и опыта профессиональной деятельности. Анализ отчетности по элементам Модуля, составление плана работы. Самостоятельное изучение Положения о практике и Рабочей программы практики, Анализ Учебного плана и Рабочей программы НИР 3. Подготовка к обсуждению содержания Модуля 3. Перечня дисциплин.. Составление плана работы в Модуле 3
2. Обсуждение порядка прохождения практики по получению профессиональны умений и опыта профессиональной деятельности. Рассмотрение Рабочей программы практики, анализ необходимых сопутствующих документов : Приказа на практику, путевки на практику, Дневника прохождения практики, формы и содержания отчета по практике, сроков проведения практики. Выдача задания на практику.
3. Самостоятельное изучение материала по заявленной тематике лекции. Подбор вопросов для дискуссии
- 4.Публичное обсуждение хода образовательного процесса, результатов научно-исследовательской работы, прохождения практики
5. Отчет по результатам проведенного анализа работы организации
6. Подготовка портфолио и индивидуального плана. Подготовка материалов к экзамену по НТС

МОДУЛЬ 4

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

МОДУЛЯ 4 «ИНВАРИАНТНЫЙ МОДУЛЬ »

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Модуль:	4	4
Лекции:		
Практические:	42	45
Самостоятельная работа студента:	1038	819
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплин в зач. ед.	30	24

1. Цель освоения Модуля 4

Целью освоения Модуля 4 является формирование у магистрантов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций направления 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа Маркетинг в индустрии моды». Это способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1); готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2); способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научных исследований (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 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).

Основными методологически задачами Модуля 4 являются:

1. Системный подход к построению структуры дисциплин Модуля.
2. Структурирование знаний на обособленные элементы, формирующие у магистрантов осознанную ясную перспективу личного общекультурного, общепрофессионального и профессионального роста в области организационно-управленческой и аналитической деятельности.
3. Обеспечение методически правильного согласования различных видов учебных элементов внутри Модуля по магистерским программам.
4. Эффективный контроль знаний магистрантов в порядке, предусмотренном модульным принципом и распределением по семестру промежуточных и итоговых форм контроля.
5. Возможность реализации методических принципов компетентностного подхода, при котором создаются предпосылки для развития способности выпускника действовать в различных ситуациях, демонстрируя личностные качества и возможность адекватной социальной и профессиональной адаптации.
6. Проверка сформированности полученных компетенций на государственной итоговой аттестации в виде защиты выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

2. Место Модуля 4 в структуре ОПОП

Модуль 4 является инвариантным Модулем ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является основой для освоения прохождения государственной итоговой аттестации.

Модуль 4 базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, дисциплин модулей 1-3 магистратуры.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля по элементам Модуля.

Итоговая аттестация по Модулю 4 – Зачет с оценкой по Научно-техническому семинару (далее НТС) и защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

3. Структура Модуля

Очная форма обучения

Содержание модуля 4	Семестр	Продолжительность в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Производственная практика. Преддипломная практика	4	14	Зачет
Производственная практика. НИР 4	4	14	Зачет
Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»»	4	14	Зачет по Модулю 4 с оценкой
Подготовка и защита ВКР	4	6	Защита (Оценка)

Очно-заочная форма обучения

Содержание модуля 4	Семестр	Продолжительность в неделях	Форма контроля по элементам модуля
Производственная практика. Преддипломная практика	5	15	Зачет
Производственная практика. НИР 4	5	15	Зачет
Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»»	5	15	Зачет по Модулю 4 с оценкой
Подготовка и защита ВКР	5	6	Защита (Оценка)

4. Требования к результатам освоения Модуля 4

Реализация в Модуле 4 требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, ОПОП и учебного плана магистерской программы «Маркетинг в индустрии моды» должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, , ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

5. Распределение компетенций по элементам Модуля 4

Каждый элемент Модуля 4 формирует определенные общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Элемент модуля	Компетенции
Производственная практика.	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Преддипломная практика	
Производственная практика. НИР 4	ОК-1,ОК-2,ОК-3,ОПК-1,ОПК-2,ОПК-3, ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4, ПК-5
Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»»)	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4, ПК-5
Подготовка и защита ВКР	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4, ПК-5

Аннотация рабочей программы

«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 4»

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Модуль:	4	4
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	576	360
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	576	360
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	16	10
Итоговый контроль	Зачет	Зачет

1.Цели практики

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 4» являются: получение системных знаний о деятельности конкретной организации, проведение анализа и прогнозирование деятельности организации, определение ее конкурентной позиции; сбор, обработка и анализ материалов для выполнения магистерской диссертации; подготовка магистрантов к самостоятельной научно-исследовательской работе, основным результатом которой является подготовка рукописи и успешная защита магистерской диссертации; формирование навыков научно-исследовательской работы в профессиональной области и на их основе углубленное и творческое освоение учебного материала; освоение методологии организации и проведения научно-исследовательской работы; формирование навыков сбора и анализа научных источников, обобщения и критической оценки результатов научно-теоретических исследований; поиск, обработка, анализ и систематизация научно-экономической информации по выбранной научной проблеме, выбор методов и средств решения поставленных задач; частичная подготовка 3 главы диссертационного исследования; формирование навыков оформления и представления результатов научно-исследовательской работы в устной (доклады, выступления, сообщения) и письменной (отчеты по научным исследованиям, статьи и тезисы, магистерская диссертация и др.) формах.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 4» включена в Модуль 4 Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариативной части подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Научно-исследовательская работа 4» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг» и «Стратегическое управление брендовым портфелем компании».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: способы обобщения и систематизации знаний Уметь: обобщать и критически оценивать результаты, полученные в сфере научных исследований и разработок; делать выводы и формулировать решение проблемы на основе проведенного анализа Владеть: навыками систематизации полученных знаний, грамотного формулирования понятий, классификации объектов и субъектов исследования	Самостоятельная работа
ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: возможные причины и виды нестандартных ситуаций в бизнесе; способы получения эффективного управленческого решения; виды корпоративной ответственности за принимаемые решения Уметь: анализировать причины возникновения нестандартных ситуаций и принимать адекватное решение; оценить последствия и нести ответственность за принятые решения Владеть: навыками анализа и разрешения профессиональных проблемных ситуаций; основными навыками разработки организационно-управленческих решений, анализа возможных последствий, оценки эффективности принятых решений	Самостоятельная работа

<p>ОК-3: готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: методы генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях Уметь: планировать и решать задачи собственного профессионального и личного развития в ходе выполнения научно-исследовательской работы Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области управленческой деятельности, используя современные образовательные технологии; навыками самоорганизации и ведения самостоятельной научной деятельности</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК- 1 - готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с иностранного языка Уметь: четко и ясно излагать результаты исследовательской работы в научных публикациях (тезисах доклада, статьях, отчетах) Владеть: основами составления письма, необходимыми для написания отчетной и иной документации, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основные принципы, подходы и технологии коллективного управления новыми разработками Уметь: учитывать в процессе осуществления научно-исследовательской работы социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеть: навыками написания статей и подготовки выступлений по результатам научно-исследовательской работы, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать: современные методы и информационно-коммуникационные технологии исследований Уметь: самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность применительно к конкретному виду управленческой деятельности с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий Владеть: способами сбора, систематизации и обобщения информации по выбранной теме научного исследования</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-1 способностью управлять организациями,</p>	<p>Знать: методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; современную концепцию менеджмента и</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>подходы к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; роль , функции, задачи и этапы разработки маркетинговой стратегии; этапы создания и управления портфелем брендов компании.</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании: принимать решения, направленные на оптимальное управление организацией.</p> <p>Владеть навыками применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании.</p>	
<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга;</p> <p>Уметь: применять особенности корпоративного управления и различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности: основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать маркетинговую стратегию и управлять портфелем бренда компании</p> <p>Владеть: навыками применять различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; этапы разработки стратегического процесса и их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; комплексно оценивать варианты развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход в ритейле: иметь навыки по созданию бренда и управления брендовым портфелем компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: базовые понятия и категории; принципы организации и принятия управленческих решений, основные направления и информационные источники для его проведения; методологические аспекты современной концепции стратегического менеджмента, методы анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга, этапы разработки стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач</p> <p>Уметь: применять современные методы управленческого анализа; профессионально интерпретировать результаты управленческого анализа предпринимательской деятельности, оформлять аналитические выводы и обосновывать рекомендации для целей повышения эффективности управления; оценить альтернативные варианты решения поставленной задачи с целью выбора наиболее оптимального; обосновывать управленческие решения с учетом результатов анализа; использовать современную концепцию стратегического менеджмента, применять методы анализ макро и микросреды и методологию стратегического синтеза; обосновывать подходы к выбору стратегических альтернатив организации; применять базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для разработки маркетинговой стратегии и эффективного портфеля брендов компании для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач</p> <p>Владеть: навыками индивидуальной исследовательской работы в области совершенствования постановки и методов управленческого анализа и диагностики предпринимательской деятельности; навыками профессионального формирования информационной базы и использования всех доступных источников информации в области управления корпоративными финансами; навыками индивидуальной исследовательской работы в области совершенствования постановки и методов управленческого анализа и диагностики предпринимательской деятельности; ;навыками использовать современную концепцию стратегического менеджмента, навыками применения методов анализа макро и микросреды и методологии стратегического синтеза; навыками обоснования выбора стратегических альтернатив организации и применения базовых понятий, категорий, инструментов и технологий маркетинга; навыками разработки маркетинговой стратегии и формирования эффективного портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
---	---	--

<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: методики проведения количественного и качественного анализа; теоретические основы принятия управленческих решений на основании проведенного анализа; современные методы и приемы управленческого анализа деятельности организаций; методики проведения количественного и качественного анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и стратегии маркетинга; этапы формирования эффективного портфеля бренда компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>Уметь применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга; формировать эффективный брендинговый портфель компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента и маркетинга, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	---	-------------------------------

<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p> <p>Уметь: применять методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p> <p>Владеть: навыками использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	---	-------------------------------

4. Способы, формы и места проведения «производственной практики. Научно-исследовательская работа 4»

4.1. Способы проведения – стационарная, выездная

4.2. Форма проведения – рассредоточенная

4.3. Место проведения: кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности.

4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Содержание практики

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы
2. Подготовка скорректированного списка источников по теме исследования
3. Анализ деятельности конкретной организации и обсуждение результатов анализа
4. Корректировка методов и средств научного исследования
5. Разработка и обоснование мероприятия по улучшению деятельности организации
6. Обсуждение в виде дискуссии предлагаемых мероприятий
7. Обсуждение плана выполнения 3 главы магистерской диссертации
8. Подготовка тезисов доклада и доклада на конференции
9. Подготовка статьи к опубликованию
10. Подготовка презентации к докладу
11. Подготовка заключительного отчета по научно-исследовательской работе

**Аннотация рабочей программы
«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»**

Разработчик: канд.тех. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Модуль:	4	4
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	зачет	зачет

1. Цели освоения практики

Целями « Производственной практики. Преддипломной практики» являются: закрепление теоретических и профессиональных знаний, полученных при изучении дисциплин Учебного плана, прохождения НИР, прохождение практик по получению первичных профессиональных умений и навыков и профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; подготовка магистранта к решению практических задач конкретной организации и выполнению магистерской диссертации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Производственная практика. Преддипломная практика» включена в Модуль 4 Блока 2 (Практики, в том числе НИР) вариантной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «Преддипломная практика» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Разработка инвестиционной стратегии», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг», «Стратегическое управление брендовым портфелем компании ».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды», должна формировать следующие компетенции: ПК-1,ПК-2,ПК-3,ПК-4,ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-1	Знать: методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами	Самостоятельная работа

<p>способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>на предприятиях и организациях различных форм собственности; современную концепцию менеджмента и подходы к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; роль , функции, задачи и этапы разработки маркетинговой стратегии; этапы создания и управления портфелем брендов компании.</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании: принимать решения, направленные на оптимальное управление организацией.</p> <p>Владеть навыками применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; способен применять на практике современную концепцию менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации , методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга; использовать подходы к разработке стратегии маркетинга и формирования эффективного портфеля брендов компании.</p>	
<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга , в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга;</p> <p>Уметь: применять особенности корпоративного управления и различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности: основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать маркетинговую стратегию и управлять портфелем бренда компании</p> <p>Владеть: навыками применять различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; этапы разработки стратегического процесса и их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; комплексно оценивать варианты развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход в ритейле: иметь навыки по созданию бренда и управления брендовым портфелем компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью использовать современные методы</p>	<p>Знать: методы управления корпоративными финансами</p> <p>Уметь: способностью выбирать наиболее эффективные методы решения задач по вопросам долгосрочной финансовой политики, применять методы, используемые в долгосрочном финансовом планировании и прогнозировании.</p>	

<p>управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Владеть: способностью выбирать наиболее эффективные методы решения стратегических задач: в области основных источников финансирования, управления структурой капитала, дивидендной политики, обобщать и анализировать полученные результаты работы</p>	
<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать: методики проведения количественного и качественного анализа; теоретические основы принятия управленческих решений на основании проведенного анализа; современные методы и приемы управленческого анализа деятельности организаций; методики проведения количественного и качественного анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и стратегии маркетинга; этапы формирования эффективного портфеля бренда компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>Уметь применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга; формировать эффективный брендинговый портфель компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента и маркетинга, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия , для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании; готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p> <p>Уметь: применять методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p> <p>Владеть: навыками использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия, для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга и брендингового портфеля компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики стационарная , выездная

4.2. Форма проведения практики рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: кафедра Экономики и менеджмента, коммерческие организации различных организационно-правовых формы предпринимательской деятельности, маркетинговые коммерческие организации, предприятия ритейла.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5.Содержание практики

1.Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; определение источников и методов сбора информации в области маркетинга, сбор информации , необходимой для проведения анализа деятельности организации. Консультации с руководителем

2.Основной этап: изучение состояния и перспектив развития организации; изучение и анализ основных показателей работы компании за последние 1-2 года;, формирование предложений по совершенствованию деятельности организации; экономическое обоснование предложенных в ВКР рекомендаций . Выступление с докладом о ходе практики на научно-техническом семинаре. Подготовка статьи по теме исследования. Обсуждение результатов о ходе практики на научно-техническом семинаре. Заполнение Дневника практики

3.Заключительный этап, в том числе составление отчета по практике, подготовка доклада и тезисов доклада на конференции

Аннотация рабочей программы

МОДУЛЬ 4

«НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»)

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Модуль:	4	4
Лекции:		
Практические:	42	45
Самостоятельная работа студента:	30	27
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»)

сквозной организации и контроля научно-исследовательской работы магистрантов, прохождения преддипломной практики и выполнения ВКР в четвертом Модуле, необходимой для контроля уровня освоения всех общекультурных, общепрофессиональных компетенций и всех профессиональных компетенций, относящихся к организационно-управленческому и аналитическому видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Целями освоения дисциплины «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»)» являются: закрепление и расширение теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базового модуля 1, вариативного модуля 2 и модуля 3; получение компетенций и профессиональных навыков самостоятельной научной работы; контроль за отдельными этапами выполнения магистерской диссертации и плана обучения в 4 модуле; овладение методологической основой научного творчества, технологией подготовки научных работ, правилами их оформления; подготовка к публичной защите магистерской диссертации.

В ходе НТС предусмотрено ознакомление с рабочей программой научно-технического семинара и получаемыми в результате его проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской и аналитической работы; доклады магистрантов о результатах НИР по 3 модулю; составление плана работы магистранта на 4(5) семестр; дискуссия по планам научных исследований магистрантов; сбор, обработка, анализ и систематизация фактической информации по теме работы, сбор, обобщение и обработка результатов научных исследований, полученных в рамках проведенной научно-исследовательской работы; отчет по этапу исследования и плану обучения 4 модуля.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»)» включена в Модуль 4 блока 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Дисциплина «НТС (Зачеты с оценкой по модулю «Модуль 4»)» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня профессионального образования и всех дисциплин Учебного плана, а также при выполнении научно-исследовательской работы по выбранной научной теме.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет с оценкой.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды». должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: специфику научных исследований по направлению «Менеджмент»; общенаучные и специальные методы исследований в соответствии с направлением магистерской программы; содержание инструментальных средств исследования; технологию научно-исследовательской деятельности; порядок организации и проведения научно-практических исследований и работ в целях методологического и методического обеспечения организации; Уметь: адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; пользоваться методиками проведения научных исследований; находить связи экономических процессов с другими процессами, происходящими в	Практические занятия Самостоятельная работа

	<p>обществе и на этой основе прогнозировать перспективы развития конкретной организации; организовывать и проводить научно-практические исследования и работы в целях разработки на основе их результатов методических и другие рекомендаций для практических работников организации.</p> <p>Владеть: методами анализа и самоанализа; способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией; делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований; навыками самостоятельной разработки, принятия и проведения в жизнь решения в соответствии с компетенцией рабочего места студента-практиканта.</p>	
<p>ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;</p>	<p>Знать: способы получения и эффективного анализа деловой информации; способы и этические нормы активного взаимодействия с подчиненными, коллегами, руководителями и представителями внешних организаций; методы и приемы самоанализа и самоорганизации; способы предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Уметь: использовать полученную в ходе научного исследования информацию для решения профессиональных; анализировать причины возникновения проблемной, в том числе конфликтной ситуации и принимать адекватное решение.</p> <p>Владеть: методами и средствами достижения поставленных целей; различными навыками эффективного делового общения в профессиональной области; навыками анализа и разрешения проблемных ситуаций, в том числе конфликтных</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.</p>	<p>Знать: основные экономические категории, применяемые в экономической теории и практике, теоретические основы и закономерности функционирования экономики, возможные перспективы и основные направления экономической интеграции РФ с другими государствами, проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; способы сбора и анализа новых нормативных документов, законодательных актов в области экономических процессов; основные традиционные и современные концепции лидерства; роли и обязанности лидера; особенности формирования лидерских качеств и специфику их проявления в управленческой деятельности; методы и формы самоорганизации труда.</p> <p>Уметь: применять основные экономические категории и механизмы в области профессиональных исследований; критически оценивать с разных точек зрения поведение экономических агентов; тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать новую экономическую информацию, полученную из различных источников; составить суждение о состоянии экономики России и ее основных проблемах; определять взаимосвязи между лидерством и руководством; анализировать сильные и слабые стороны, деловые качества и лидерские способности менеджера.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области экономики, используя современные образовательные технологии; навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере экономической деятельности; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности; навыками формирования лидерских качеств, необходимых в управленческой деятельности, развития творческого потенциала.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и</p>	<p>Знать: специфику научного знания в выбранной проблемной области; основные проблемы современной науки и приемы самообразования, основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>иностранного языка, подготовки литературных обзоров по теме исследования.</p> <p>Уметь: приобретать систематические знания в выбранной научной области, анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, излагать научным языком проблемы научного исследования в докладах и статьях; анализировать сильные и слабые стороны проблемы исследования; читать на иностранном языке и понимать специальную экономическую литературу, участвовать в диалогах в ситуациях профессионального общения, в том числе и с иностранными партнерами.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом выбранной области исследования, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний, способами оценки эффективности принятых решений; основами составления письма, необходимыми для подготовки тезисов, публикаций и ведения деловой переписки, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	
<p>ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы делового общения, принципы его эффективной организации; закономерности формирования делового коллектива; принципы взаимодействия коллектива и лидера, способы управленческого воздействия; правила делового этикета с учетом культурных особенностей партнеров; особенности своего собственного стиля делового и управленческого общения, свои сильные и слабые стороны как руководителя.; основы группового поведения; типы команд; признаки командной идентичности; принципы формирования команд</p> <p>Уметь: эффективно и корректно строить деловые отношения с разными категориями людей с учетом не только профессиональных задач, но и социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; стремиться организовывать разные формы делового общения: совещания, переговоры, публичные выступления и т.п с максимальной деловой эффективностью и с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей участников; адекватно оценивать собственную компетентность в деловом общении с различными людьми; определять стиль лидерства, выявляя специфические черты руководителя</p> <p>Владеть: навыками делового общения с подчиненными для достижения максимальной эффективности работы как всего коллектива, так и каждого сотрудника; способами предупреждения и разрешения конфликтов, связанных как с деловыми проблемами, так и с индивидуально-личностными и с социальными, этническими, конфессиональными или культурными различиями; методами сбора и анализа информации для повышения собственной компетентности в сфере делового общения и взаимодействия с людьми, различающимися по социальными, этническими, конфессиональными или культурными особенностям; навыками публичного и индивидуального воздействия, достаточными для того, чтобы убедить подчиненных членов коллектива в необходимости толерантно воспринимать социальные этнические, конфессиональные или культурные различия.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования,</p>	<p>Знать: современные тенденции в области методов и методик управленческого анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования в области менеджмента, маркетинга, розничного торгового предприятия, брендинга.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Уметь: находить адекватные аналитические методы обоснования решений в области менеджмента и маркетинга; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний, Владеть: методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.</p>	
<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями.</p>	<p>Самостоятельная работа Практические занятия</p>
<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

	<p>оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	
<p>ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию и стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

	<p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга.</p>	
<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: выбирать наиболее эффективные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

1. Разделы дисциплины

1. Обсуждение содержания Модуля 4. Перечень дисциплин. Содержание НИР 4. Порядок прохождения преддипломной практики. Анализ отчетности по элементам Модуля, составление плана работы
2. Обсуждение порядка прохождения преддипломной практики. Рассмотрение Рабочей программы практики, анализ необходимых сопутствующих документов: Приказа на практику, Дневника прохождения практики, формы и содержания отчета по практике, сроков проведения практики. Выдача задания на практику.
3. Обсуждение результатов исследования, уточнение правил оформления работы, рассмотрение вопросов о возможности апробации работы
4. Обсуждение процедуры защиты ВКР, требований к рецензентам
5. Процедура сдачи документов после защиты ВКР
6. Обсуждение правильности оформления ВКР прохождения практики, заполнение портфолио
7. Процедура проверки ВКР на антиплагиат, распечатка заключения о проценте заимствований
9. Предзащита ВКР

Аннотация рабочей программы

«ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ» (Подготовка и защита ВКР)

Разработчик: канд.техн. наук, доцент Николаева Любовь Николаевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Модуль:	4	4
Лекции:		
Практические:		
Самостоятельная работа студента:	324	324
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	324	324
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	9	9

1. Цели ГИА

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня освоения компетенций и профессиональной подготовки выпускников требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, а также систематизация, закрепление и расширение знаний и навыков по направлению магистерской программы и применение этих знаний при решении конкретных научных и практических задач.

Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, предусмотрена государственная аттестация выпускников (магистрантов) в виде:

- государственного экзамена (по решению ВУЗа);
- выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

По решению Ученого Совета РГУ им. А.Н. Косыгина государственная аттестация по всем направлениям подготовки включает в себя только проведение защиты Выпускной квалификационной работы.

2. Место ГИА в структуре ОПОП

Государственная итоговая аттестация включена в Модуль 4 инвариантной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Цель магистерской программы – развитие у обучающихся студентов личностных качеств и формирование общекультурных, обще-профессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг в индустрии моды».

Государственная итоговая аттестация базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций дисциплин «Актуальные проблемы современной экономики», «Методологические основы экономических исследований», «Теория эффективного лидерства и командный менеджмент», «Этика и психология в профессиональной деятельности», «Современная концепция стратегического менеджмента», «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса», «Маркетинг в ритейле», «Стратегический маркетинг», «Стратегическое управление брендовым портфелем компании », при выполнении научно-исследовательской работы по выбранной научной теме.

Итоговая аттестация по дисциплине – защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) с оценкой.

3. Требования к результатам ГИА

Реализация в Государственной итоговой аттестации требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «**Маркетинг в индустрии моды**», должна формировать следующие компетенции: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3 ПК-4, ПК-5

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>Знать – специфику научных исследований по направлению «Менеджмент»; общенаучные и специальные методы исследований в соответствии с направлением магистерской программы; содержание инструментальных средств исследования; технологию научно-исследовательской деятельности; порядок организации и проведения научно-практических исследований и работ в целях методологического и методического обеспечения организации;</p> <p>Уметь – адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; пользоваться методиками проведения научных исследований; находить связи экономических процессов с другими процессами, происходящими в обществе и на этой основе прогнозировать перспективы развития конкретной организации; организовывать и проводить научно-практические исследования и работы в целях разработки на основе их результатов методических и другие рекомендаций для практических работников организации.</p> <p>Владеть - методами анализа и самоанализа; способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией; делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований; навыками самостоятельной разработки, принятия и проведения в жизнь решения в соответствии с компетенцией рабочего места студента-практиканта.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;</p>	<p>Знать: способы получения и эффективного анализа деловой информации; способы и этические нормы активного взаимодействия с подчиненными, коллегами, руководителями и представителями внешних организаций; методы и приемы самоанализа и самоорганизации; способы предупреждения и разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Уметь: использовать полученную в ходе научного исследования информацию для решения профессиональных; анализировать причины возникновения проблемной, в том числе конфликтной ситуации и принимать адекватное решение.</p> <p>Владеть: методами и средствами достижения поставленных целей; различными навыками эффективного делового общения в профессиональной области; навыками анализа и разрешения профессиональных проблемных ситуаций, в том числе конфликтных</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.</p>	<p>Знать: основные экономические категории, применяемые в экономической теории и практике, теоретические основы и закономерности функционирования экономики, возможные перспективы и основные направления экономической интеграции РФ с другими государствами, проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; способы сбора и анализа новых нормативных документов, законодательных актов в области экономических процессов; основные традиционные и современные концепции лидерства; роли и обязанности лидера; особенности формирования лидерских качеств и специфику их проявления в управленческой деятельности; методы и формы самоорганизации труда.</p> <p>Уметь: применять основные экономические категории и механизмы в области профессиональных исследований; критически оценивать с разных точек зрения поведение экономических агентов; тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать новую экономическую информацию, полученную из различных источников; составить суждение о состоянии экономики России и ее основных проблемах; определять взаимосвязи между лидерством и руководством; анализировать сильные и слабые стороны, деловые качества и лидерские способности менеджера.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области экономики, используя современные образовательные технологии; навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере экономической деятельности; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности; навыками формирования лидерских качеств, необходимых в управленческой деятельности, развития творческого потенциала.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1: готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: специфику научного знания в выбранной проблемной области; основные проблемы современной науки и приемы самообразования, основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности с иностранного языка, подготовки литературных обзоров по теме исследования.</p> <p>Уметь: приобретать систематические знания в выбранной научной области, анализировать возникающие в процессе научного исследования проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, излагать научным языком проблемы научного исследования в докладах и статьях; анализировать сильные и слабые стороны проблемы исследования; читать на иностранном языке и понимать специальную экономическую литературу, участвовать в диалогах в ситуациях профессионального общения, в том числе и с иностранными партнерами.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом выбранной области исследования, навыками научного анализа в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения новых умений и знаний, способами оценки эффективности принятых решений; основами составления письма, необходимыми для подготовки тезисов, публикаций и ведения деловой переписки, правилами использования грамматики и фразеологии иностранного языка при оформлении текстов выступлений и докладов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ОПК-2: готовность руководить коллективом в сфере своей профессионально й деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональны е и культурные различия</p>	<p>Знать: основы делового общения, принципы его эффективной организации; закономерности формирования делового коллектива; принципы взаимодействия коллектива и лидера, способы управленческого воздействия; правила делового этикета с учетом культурных особенностей партнеров; особенности своего собственного стиля делового и управленческого общения, свои сильные и слабые стороны как руководителя.; основы группового поведения; типы команд; признаки командной идентичности; принципы формирования команд.</p> <p>Уметь: эффективно и корректно строить деловые отношения с разными категориями людей с учетом не только профессиональных задач, но и социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; стремиться организовывать разные формы делового общения: совещания, переговоры, публичные выступления и т.п с максимальной деловой эффективностью и с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей участников; адекватно оценивать собственную компетентность в деловом общении с различными людьми; определять стиль лидерства, выявляя специфические черты руководителя</p> <p>Владеть: навыками делового общения с подчиненными для достижения максимальной эффективности работы как всего коллектива, так и каждого сотрудника; способами предупреждения и разрешения конфликтов, связанных как с деловыми проблемами, так и с индивидуально-личностными и с социальными, этническими, конфессиональными или культурными различиями; методами сбора и анализа информации для повышения собственной компетентности в сфере делового общения и взаимодействия с людьми, различающимися по социальными, этническими, конфессиональными или культурными особенностям; навыками публичного и индивидуального воздействия, достаточными для того, чтобы убедить подчиненных членов коллектива в необходимости толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные или культурные различия.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать- современные тенденции в области методов и методик управленческого анализа; особенности применения методов и методик используемых в процессе исследования в области менеджмента, маркетинга, розничного торгового предприятия, брендинга.</p> <p>Уметь - находить адекватные аналитические методы обоснования решений в области менеджмента и маркетинга; формировать базы знаний, оценивать их полноту и качество имеющихся знаний,</p> <p>Владеть - методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований; уметь критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе анализа информации, иметь способность критического анализа своих возможностей; самостоятельно проводить исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: методы, приемы и специфику руководства подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Уметь: применять нестандартные методы, приемы, и специфику руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методику разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методы анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p> <p>Владеть навыками использования нестандартных методов, приемов руководства подразделениями группами (командами) сотрудников, проектами на предприятиях и организациях различных форм собственности; методики разработки стратегии менеджмента и подходов к выбору стратегических альтернатив организации, методологии маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теории практики маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга, методов анализа, синтеза в оценке управленческих решений, принимаемых в сфере управления организациями, подразделениями</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационно го развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знать: функциональные особенности корпоративного управления; различные подходы к формированию корпоративной стратегии компании в целом и стратегии менеджмента и маркетинга, в частности; основные этапы разработки стратегического процесса и особенности их практической реализации в области менеджмента и маркетинга; содержание и подходы к формированию стратегии менеджмента, методологию маркетинговых аспектов результативности бизнеса, теорию и практику маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия и технологий мерчандайзинга</p> <p>Уметь: применять современные методы стратегического менеджмента организации, методы и модели стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию;</p>	

	<p>использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p> <p>Владеть: навыками использования современных методов стратегического менеджмента организации, методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации и обеспечивать их реализацию; использовать базовые понятия и категории, инструменты и технологии маркетинга, программы организационного развития и изменений для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса: разрабатывать маркетинговую стратегию розничного торгового предприятия, комплексно оценивать варианты стратегического развития компании; организовывать маркетинговые коммуникации и использовать мерчандайзинговый подход при продаже товаров: уметь формировать и учитывать сценарии будущего развития организации и ее окружения.</p>	Самостоятельная работа
ПК-3: способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в области разработки стратегии менеджмента, выбора методов и моделей стратегического анализа и стратегических альтернатив, использования инструментов и технологий маркетинга, в практической деятельности розничного торгового предприятия.</p> <p>Уметь: применять современные методы и модели стратегического менеджмента, анализ макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами с учетом результатов анализа.</p> <p>Владеть: практическими навыками по использованию современных методов и моделей стратегического менеджмента, анализа макро и микросреды; методологию стратегического синтеза; подходы к выбору стратегических альтернатив организации; использовать базовые понятия, категории, инструменты и технологии маркетинга для обеспечения повышения эффективности функционирования бизнеса и решения стратегических задач с использованием методов управления корпоративными финансами</p>	Самостоятельная работа

<p>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: применять различные количественные и качественные методы для проведения исследований бизнес-процессов с целью принятия грамотных управленческих решений; обрабатывать полученные данные и интерпретировать результаты управленческого анализа в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов и подходов для проведения управленческого анализа предпринимательской деятельности и оценки альтернативных вариантов обоснования развития бизнеса; навыками принятия управленческих решений в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга , в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>ПК-5; владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в области стратегического менеджмента, категорий, инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии эффективного мерчандайзинга, стратегию маркетинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Уметь: выбирать наиболее эффективные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p> <p>Владеть: навыками выбора наиболее эффективных методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в области менеджмента, использования инструментов и технологий маркетинга, в деятельности розничного торгового предприятия и для проектирования и формирования стратегии маркетинга, эффективного мерчандайзинга и портфеля брендов компании.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
--	--	-------------------------------

4. Содержание ГИА

1. Требования к подготовке и оформлению ВКР. Оформление по ГОСТ (нормоконтроль)
2. Обоснование актуальности темы исследования и ее научно-практическая новизна
3. Использование современных научных методов исследования. Новизна и оригинальность предложений по итогам исследования
4. Своевременность выполнения графика написания итоговой выпускной квалификационной работы и ее проверка на антиплагиат
5. Качество доклада на защите. Качество ответов на дополнительные вопросы. Оценка работы студента в отзыве руководителя. Оценка рецензента.

Факультативные дисциплины Аннотация рабочей программы «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ)»

Разработчики:

Е.В Казакова

Форма обучения
Курс:
Семестр:

очная
1
1

очно-заочная
1
1

Модуль:	1	1
Лекции:		
Практические:	54	54
Самостоятельная работа студента:	27	27
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык (базовый уровень)» является получение знаний одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы 38.04.00, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Общая цель освоения дисциплины состоит в освоении и развитии коммуникативных компетенций, позволяющих осуществлять устные и письменные формы общения в избранной экономической области, владеть навыками устного и письменного перевода специальной экономической литературы, производить информационную обработку текстов на английском языке в рамках широкого спектра тем по экономической проблематике, готовить презентации и выступать с докладами по выбранной теме исследования на иностранном языке, участвовать в профессиональных дискуссиях и обмене мнениями по актуальным экономическим проблемам современности. Дисциплина позволяет формировать готовность магистрантов к применению полученных знаний и умений в дальнейшей профессиональной работе, формирование практического владения иностранным языком как средством общения в повседневной деятельности, научной работе, для самообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловой иностранный язык (базовый уровень)» включена в Блок факультативных дисциплин учебных планов подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент. Дисциплина «Деловой иностранный язык» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования. Дисциплина является базовой для освоения вариативных дисциплин Модуля 2 и Модуля 3 всех магистерских программ в рамках направления 38.04.02.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – Зачет с оценкой

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент» должна формировать следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ОК – 3: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: специальную терминологию изучаемой проблемной области в различных направлениях экономики и менеджмента Уметь: вести аналитическую и исследовательскую работу в различных организациях и на предприятиях с использованием материалов на иностранном языке, выполнять переводы в рамках своих профессиональных компетенций, вести диалог, переписку, переговоры, выступать с докладами, участвовать в дискуссиях Владеть: навыками сбора и анализа информации на иностранном языке, участия в индивидуальных и групповых исследованиях с использованием информации на иностранном языке.</p>	<p>Практические занятия. Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1: готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: грамматические структуры, типичные для профессионально-ориентированных и научных экономических текстов, часто употребляемые в экономической литературе и устойчивые словосочетания Уметь: вести деловую переписку, самостоятельно участвовать в беседах с зарубежными партнерами по бизнесу на иностранном языке, писать тезисы докладов на международные конференции на иностранном языке Владеть: навыками реферирования и аннотирования профессионально-ориентированного текста, ведения диалога, заполнения документов, участия в дискуссиях</p>	<p>Практические занятия. Самостоятельная работа</p>

1. Разделы дисциплины.

Устройство на работу
 Собеседование
 Резюме
 Знакомство с персоналом организации
 Структура организации
 Рабочий день делового человека
 Деловой телефонный разговор
 Повседневное общение на работе (деловой коммуникативный этикет)
 Деловая переписка
 Деловая документация
 Моя будущая профессия
 Моя будущая профессия
 Моя будущая профессия
 Тезисы к обоснованию темы диссертационной работы
 Тезисы к обоснованию темы диссертационной работы
 Мои планы карьерного роста
 Мои планы карьерного роста

Аннотация рабочей программы «СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ»

Доцент кафедры психологии
Профессор кафедры психологии

А.В. Никольская
Н.В. Калинина

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Итоговый контроль	зачет	зачет

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины является формирование представлений о процессах социальной адаптации, о трудностях социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями и ограниченными возможностями здоровья к группе, взаимодействию, учебной и трудовой деятельности, о возможностях и ресурсах социальной адаптации; подготовка к самостоятельной реализации задач собственной социальной адаптации к группе, учебной деятельности, к выработке направлений и способов саморазвития и самореализации с учетом особенностей и закономерностей процессов социальной адаптации; к выявлению и анализу психологических и образовательных проблем лиц с особыми образовательными потребностями; к использованию психологических ресурсов социальной адаптации. В ходе изучения дисциплины решаются задачи осмысления магистрами роли психологических знаний и технологий в процессе социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями, овладение теоретическим и прикладным аппаратом выявления и решения психологических задач в сфере социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Социальная адаптация включена в учебный план подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент как факультативная дисциплина.

Она основывается на общих знаниях основных разделов психологии как науки, на специальных знаниях клинической психологии, психологии личности, возрастной и дифференциальной психологии, социальной психологии, полученных при освоении образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент. Знания и умения, полученные при освоении дисциплины используются для дальнейшего изучения дисциплин по учебному плану, а также для прохождения магистрами учебной практики по получению профессиональных умений и навыков, производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социальная адаптация» требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент ОПОП и учебного плана подготовки магистров по направлению должна формировать следующие компетенции: ОК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК 3- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: факторы и условия социальной адаптации личности, особенности процессов саморазвития и самореализации лиц с особыми образовательными потребностями и ограниченными возможностями здоровья; принципы и технологии социальной адаптации и развития личностных ресурсов у лиц с особыми образовательными потребностями</p> <p>Уметь: формулировать цели и устанавливать приоритеты саморазвития, выделять возможности и ресурсы для самореализации и преодоления трудностей в социальной адаптации; использовать знания для реализации задач социальной адаптации и саморазвития лиц с особыми образовательными потребностями</p> <p>Владеть: приемами саморегуляции функциональных состояний, способностью к самоанализу и самоконтролю процессов и условий социальной адаптации, к выявлению ресурсов и потенциала социальной адаптации и преодоления трудностей социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями;</p>	<p>Лекции Практические занятия Индивидуальные задания</p>

4.Разделы дисциплины

Понятия «социальная адаптация» и «инклюзивное образование». Общественная значимость и условия социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья. Нормативная база реализации инклюзивного образования. Современные направления исследований в рамках социальной адаптации и инклюзивного образования
Психологические механизмы социальной адаптации и реализации инклюзивного образования

Общая характеристика трудностей и потенциальных возможностей социальной адаптации лиц с нарушениями слуха, зрения, речи, с нарушениями опорно-двигательного аппарата, с особенностями эмоционально-волевой сферы и поведения.

Особенности протекания познавательных, эмоциональных, волевых и поведенческих процессов у лиц с особыми образовательными потребностями и возможности их развития

Психологические условия социальной адаптации в инклюзивном образовании

Реализация индивидуального подхода в инклюзивном образовании

Трудности в социальной адаптации и ресурсы их преодоления

Основные принципы и технологии саморазвития ресурсов социальной адаптации

