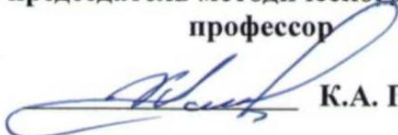


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»**


**РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического совета,  
профессор

  
К.А. Гасанов



**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ФГБОУ ВО «ДГТУ»,  
председатель Ученого совета,  
д.т.н., профессор

  
Т.А. Исмаилов

15. 04. 2016

Номер внутривузовской регистрации

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.02 – Менеджмент**

**Профиль подготовки  
МАРКЕТИНГ**

**Квалификация (степень)  
Бакалавр**

**Нормативный срок освоения программы  
4 года**

**Форма обучения  
очная**

Декан ИЭФ



Н.М. Гасанова

Зав. кафедрой ЭРМиБ



Р.А. Юсуфов

Махачкала- 2016

**СОГЛАСОВАНО:**

Проректор по НИИД,  
д.э.н., профессор



Е.И. Павлюченко

Проректор по ВиСР,  
к.б.н., доцент



М.Е. Котенко

Начальник УО



Э.В. Магомаева

*и.о.* Начальник ОМОиА,  
к.э.н.



Э.А. Мамедова

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 - МЕНЕДЖМЕНТ И ПРОФИЛЮ ПОДГОТОВКИ «МАРКЕТИНГ».....</b>	<b>5</b>
1.1. Определение ООП.....	5
1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров.....	5
1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент» .....	6
1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата.....	6
Цель ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02- «Менеджмент».....	6
Срок освоения ООП бакалавриата .....	6
Трудоемкость ООП бакалавриата .....	7
1.5. Требования к абитуриенту.....	7
<b>2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02- МЕНЕДЖМЕНТ.....</b>	<b>8</b>
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	8
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника .....	8
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.....	8
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника .....	8
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ООП БАКАЛАВРИАТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ООП ВО.....</b>	<b>10</b>
3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками.....	10
<b>4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 - «МЕНЕДЖМЕНТ», ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ».....</b>	<b>13</b>
4.1. График учебного процесса и учебный план .....	13
4.2. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг».....	14
4.3.1. Программа учебной практики .....	15
4.3.2. Программы производственной практики .....	15
4.3.3. Программа преддипломной практики .....	16
<b>5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП БАКАЛАВРИАТА.....</b>	<b>17</b>
<b>ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02- «МЕНЕДЖМЕНТ», ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ».....</b>	<b>17</b>
5.1. Кадровое обеспечение.....	17
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение .....	17
5.3. Материально-техническое обеспечение.....	18
5.4. Финансовое обеспечение.....	19
<b>6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДЫ УНИВЕРСИТЕТА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ) КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ .....</b>	<b>20</b>
<b>7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ.....</b>	<b>22</b>
<b>КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02- МЕНЕДЖМЕНТ.....</b>	<b>22</b>
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации .....	22
7.2. Фонд контрольных заданий (тестовых заданий, вопросов) для проверки остаточных знаний .....	22
7.3. Требования к содержанию, организации и приобретаемым умениям и навыкам при практической подготовке .....	23
<b>8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ ВЫПУСКНИКОВ.....</b>	<b>24</b>
<b>ООП БАКАЛАВРИАТА.....</b>	<b>24</b>
8.1. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена .....	25
8.2. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ .....	25

<b>9. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....</b>	<b>26</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....</b>	<b>27</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....</b>	<b>44</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....</b>	<b>52</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....</b>	<b>77</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5.....</b>	<b>91</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6.....</b>	<b>106</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 7.....</b>	<b>122</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 8.....</b>	<b>138</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 9.....</b>	<b>164</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 10.....</b>	<b>168</b>

# **1. Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг»**

## **Общие положения**

### **1.1. Определение ООП**

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент и профилю подготовки «Менеджмент организации», представляет собой систему документов, разработанную выпускающей кафедрой менеджмента, согласованную в установленном порядке и утвержденную ректором университета с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного приказом Министерства образования и науки российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы (ПрООП).

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

### **1.2. Обоснование выбора направления и профиля подготовки бакалавров**

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

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

Основными задачами менеджера по маркетингу являются:

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

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

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

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

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

### **1.3. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент»**

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент» составляют:

1. Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент» составляют:

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» (от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ (ред. от 31.12.2014, с изм. от 06.04.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.03.2015);

3. Приказ Минобрнауки России от 19.12.2013 №1367 (ред. от 15.01.2015) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (зарегистрировано в Минюсте России 24.02.2014 №31402);

4. Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (зарегистрировано в Минюсте России 22.07.2015 №38132);

5. Приказ Минобрнауки России от 27.11.2015 №1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18.12.2015 №40168)

6. Приказ Минобрнауки России от 28 мая 2014 г. № 594 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ» (зарегистрировано в Минюсте России 29.07.2014 №33335);

7. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 № 7 (зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 №41028) (Приложение 1);

8. Приказ Минобрнауки России от 20 апреля 2016 г. № 444 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 23.05.2016 №42205) (Приложение 1.1);

9. дополнение к ФГОС ВО по направлению 38.03.02 - Менеджмент с дисциплинами вариативной части с учетом профиля подготовки и последовательности их изучения, трудоемкости в зачетных единицах и в часах;

10. Устав ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»;

11. внутривузовская система управления качеством подготовки специалистов.

### **1.4. Общая характеристика ООП бакалавриата**

#### **Цель ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02- «Менеджмент»**

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

#### **Срок освоения ООП бакалавриата**

В соответствии с разделом III ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.02-«Менеджмент»** срок освоения ООП, включая последипломный отпуск, составляет 4 года для очной формы обучения и 5 лет - для заочной формы обучения.

#### **Трудоемкость ООП бакалавриата**

В соответствии с разделом III ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент трудоемкость освоения студентом ООП составляет 240 зачетных единиц (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам) за весь период обучения и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

Структура программы бакалавриата (таблица 1) включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программы бакалавриата, имеющей профиль подготовки «Менеджмент организации».

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

**Блок 1 «Дисциплины (модули)»**, который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

**Блок 2 «Практики»**, который в полном объеме относится к вариативной части программы.

**Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»**, который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений Российской Федерации..

Таблица 1

**Структура программы бакалавриата по направлению подготовки  
38.03.02 - Менеджмент**

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в зачетных единицах	
		по ФГОС ВО	по ООП
<b>Блок 1</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>	<b>171-221</b>	<b>216</b>
	Базовая часть	81-131	126
	Вариативная часть	90	90
<b>Блок 2</b>	<b>Практики</b>	<b>10-63</b>	<b>15</b>
	Вариативная часть	10-63	15
<b>Блок 3</b>	<b>Государственная итоговая аттестация</b>	<b>6-9</b>	<b>9</b>
	Базовая часть	6-9	9
<b>ОБЪЕМ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА</b>		<b>240</b>	

#### **1.5. Требования к абитуриенту**

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

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с п. 4.1 ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент» область профессиональной деятельности бакалавра включает:

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

### **2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с п. 4.2 ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

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

### **2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с п. 4.3 ФГОС ВО бакалавр по направлению 38.03.02- Менеджмент готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

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

### **2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с п. 4.4 ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент бакалавр должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

#### ***а) организационно-управленческая деятельность***

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

#### ***б) информационно-аналитическая деятельность***

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;



- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений;

***в) предпринимательская деятельность***

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

### **3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения ООП ВО**

#### **3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками**

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

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник в соответствии с п. 5.1 ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент должен обладать следующими компетенциями:

##### **а) общекультурными компетенциями (ОК) :**

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

##### **б) общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

**в) профессиональными компетенциями (ПК):**  
**организационно-управленческая деятельность:**

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2);

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности (ПК-3);

- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

**информационно-аналитическая деятельность:**

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);

***предпринимательская деятельность:***

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);

- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

В **Приложении 10** приведена матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств.

#### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг»**

Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, Уставом университета и ФГОС по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП регламентируется учебным планом с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным графиком учебного процесса, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

##### **4.1. График учебного процесса и учебный план**

###### ***Календарный учебный график по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, профиль «Маркетинг»***

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ООП ВО по профилю «Маркетинг», включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы. Учебный график разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 -Менеджмент, входит в структуру учебного плана и располагается на 1 странице.

***Учебный план подготовки бакалавра по профилю подготовки «Маркетинг» (Приложение 2)***

При составлении учебного плана вуз руководствуется общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7 ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 -Менеджмент.

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

Общая трудоемкость дисциплин (модулей), включая физическую культуру (элективный модуль -328 часов) составляет 7776 часов, 216 ЗЕТ. Из них: базовая часть составляет 4536 часов, 126 ЗЕТ; вариативная часть – 3240 часов, 90 ЗЕТ, в том числе дисциплины по выбору студентов – 1696 часов, 47 ЗЕТ и физическая культура (элективный модуль -328 часов).

Общая трудоемкость практик составляет 540 часов, 15 ЗЕТ.

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 324 часа, 9 ЗЕТ.

Аудиторная трудоемкость дисциплин (модулей) составляет 3798 часов, в том числе базовая часть – 2069 часа, вариативная часть – 1729 часов.

В базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» указан перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В вариативной части сформированы перечень и последовательность дисциплин (модулей) с учетом рекомендаций соответствующей ООП ВО.

Доля дисциплин по выбору студента в общем объеме вариативной части по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» составляет 47,5% (в соответствии с п. 6.9 ФГОС ВО – не менее 30% от объема вариативной части).

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

Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют 44,5% аудиторных занятий (в соответствии с п. 6.10 ФГОС ВО – количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» должно составлять не более 60 % от общего количества часов аудиторных занятий).

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

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями государственных органов федерального и регионального уровня, органов муниципального управления, общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

Порядок проектирования и реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» определяются университетом на основе внутривузовских нормативно-методических документов, разработанных в соответствии с действующим законодательством в сфере высшего образования и нормативно-правовых документов Министерства образования и науки РФ:

- Положения об организации учебного процесса в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»;

- Положения о государственной итоговой аттестации выпускников ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»;

- Положения об организации и проведении практик в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет».

#### **4.2. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 - «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (Приложение 4)**

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

##### ***Содержание рабочей программы дисциплины***

1. Цели освоения дисциплины.
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.
3. Компетенции, на формирование которых оказывает влияние изучение учебной дисциплины.
4. Структура и содержание дисциплины.
5. Образовательные технологии.
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины - перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля);
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины.
11. Разработанные рабочие программы всех дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору, по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, находятся на выпускающей кафедре маркетинга и бизнеса.

### **4.3. Программы учебной и производственной практик**

В соответствии с разделом VII, п.7.15. ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ООП предусматриваются следующие виды практик:

- учебная – 2 недели, на 1 курсе, 2 семестр;
- производственная – 2 недели, на 2 курсе, 4 семестр;
- производственная – 2 недели, на 3 курсе, 6 семестр;
- преддипломная – 4 недели, на 4 курсе, 8 семестр.

В ООП приведены программы всех практик.

Разделом учебной практики является научно-исследовательская работа обучающихся.

#### **4.3.1. Программа учебной практики (Приложение 6)**

Учебная практика является составной частью учебной программы подготовки студентов.

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

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по профилю «Маркетинг». Объемы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 -Менеджмент.

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

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

#### **4.3.2. Программы производственной практики (Приложения 5,6)**

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ООП ВО по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиля «Маркетинг», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Так, целью производственной практики является приобретение студентами таких профессиональных компетенций, как навыков решения организационно-экономических и информационных задач; углубление теоретических знаний и закрепление практических навыков разработки маркетинговой стратегии предприятия, документов нормативно-методического обеспечения системы информационного управления организацией.

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

В программе представлено содержание производственной практики, которое включает сбор информации, характеризующей объект производственной практики - организа-

цию и ее краткую характеристику, показатели производственно-хозяйственной, финансовой и коммерческой деятельности и их анализ информационная обработка.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике.

#### **4.3.3. Программа преддипломной практики (Приложение 7)**

Практика студентов по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Цель преддипломной практики состоит в закреплении и углублении компетенций, достигнутых студентами в процессе обучения, овладение системой профессиональных умений и компетенций и первоначальным опытом профессиональной деятельности по направлению обучения, обобщение теоретических знаний и приобретение студентами практических навыков работы, подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы; получение углубленных знаний по направлению обучения, а также накопление материала для последующего выполнения выпускной квалификационной работы.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал всех изученных дисциплин для написания выпускной квалификационной работы.

В соответствии с требованием ФГОС ВО по данному направлению подготовки преддипломная практика проводится для на выполнения ВКР и является обязательной.

#### **Содержание программ практик**

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



## **5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02- «Менеджмент», профиль «Маркетинг»**

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

### **5.1. Кадровое обеспечение**

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

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

### **5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

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

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

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

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

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

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

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

В библиотеке университета функционирует читальный зал.

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

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

Информационная система университета реализуется в двух направлениях.

Первое направление включает в себя средства, позволяющие обеспечить:

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

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

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

### **5.3. Материально-техническое обеспечение**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **5.4. Финансовое обеспечение**

Финансовое обеспечение реализации ООП направления подготовки бакалавров 38.03.02 - «Менеджмент» осуществляется в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования по специальностям (направлениям подготовки) и укрупненным группам специальностей (направлений подготовки), утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 октября 2015 г. N 1272 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 ноября 2015 г., регистрационный N 39898).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В Дагестанском государственном техническом университете разработана Программа развития воспитательной деятельности на 2015-2020 годы. На основании программы воспитательной деятельности в университете разработаны и утверждены планы воспитательной работы структурных подразделений, а также реализуются разнообразные проекты по различным направлениям воспитательной деятельности.

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

Основные направления педагогической, воспитательной и научно-исследовательской деятельности университета, определяющие концепцию формирования среды вуза, обеспе-

чивающей развитие социально-личностных компетенций, закреплены в его Уставе.

В целях решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, обеспечения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в университете создан Комитет по делам молодежи и Студенческий совет.

На кафедре менеджмента осуществляются следующие направления воспитательной работы среди студентов:

### **1. Патриотическое воспитание**

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

### **2. Эстетическое воспитание**

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

### **3. Нравственно-правовое воспитание**

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

### **4. Физическое воспитание**

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

### **5. Экологическое воспитание**

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

### **6. Трудовое воспитание**

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

## **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки 38.03.02- Менеджмент**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» и Приказом Министерства образования и науки РФ №1367 от 19.12.2013 г., Уставом университета и внутривузовской системой управления качеством подготовки специалистов, оценка качества освоения ООП включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

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

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

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

Текущий контроль знаний студентов имеет многообразные формы:

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

Промежуточная аттестация осуществляется в форме:

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

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

На основе требований ФГОС ВО и примерной ООП по направлению подготовки 38.03.02 -Менеджмент профилю подготовки «Маркетинг» разработана матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств. *(Приложение 10)*

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

Разрабатывается кафедрой и входит в состав рабочей программы дисциплин.

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

Требования к практической подготовке и к ее содержанию с точки зрения приобретения компетенций включены в программы практик. При этом учитывается, что учебная, производственная и преддипломная практики призваны закрепить знание материала теоретических естественнонаучных и профессиональных дисциплин, привить обучающемуся необходимые практические навыки и умения оперативной производственной работы, что позволит самостоятельно определить область будущей деятельности, а также сбор необходимой исходной информации для выполнения курсовых работ (проектов) и ВКР.

## **8. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП бакалавриата**

Государственная итоговая аттестация выпускника ДГТУ является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

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

**Задачами** государственной итоговой аттестации являются:

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

Государственная итоговая аттестация включает в себя итоговый государственный междисциплинарный экзамен (ИГМЭ), который введены по решению Ученого совета университета и защиту выпускной квалификационной работы.

Выпускающая кафедра на основе Положения о государственной итоговой аттестации выпускников, требований ФГОС ВО и рекомендаций ПрООП по соответствующему направлению подготовки разрабатывает и утверждает требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, а также программу и процедуру проведения государственных экзаменов.

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

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

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

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

Составы Государственных экзаменационных комиссий по видам итоговых аттестационных испытаний по предложению заведующим выпускающей кафедрой утверждаются приказом ректора не позднее, чем за месяц до начала работы государственной ГЭК.

Составы комиссий утверждаются на один календарный год.



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

### **8.1. Программа и процедура итогового государственного междисциплинарного экзамена (Приложение 8)**

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент и профилю «Менеджмент организации» проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к выпускнику, предусмотренные ФГОС ВО по направлению «Менеджмент». Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки студентов данного направления.

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен определяется основными дисциплинами Блока 1 «Дисциплины (модули)». На государственном междисциплинарном экзамене выпускник должен продемонстрировать знания, достаточные для работы в коллективе, выполнения своих профессиональных обязанностей.

### **8.2. Требования к структуре, составу и содержанию выпускных квалифицированных работ**

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) (Приложение 9) определяются выпускающей кафедрой на основании действующего Положения о государственной итоговой аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВО в части требований к результатам освоения ООП бакалавриата.

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

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

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

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

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

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

Также используются следующие нормативно-методические документы и материалы:

- Положение об организации учебного процесса с использованием зачетных единиц;
- квалификационные требования по должностям научно-педагогических работников ДГТУ;
- типовая должностная инструкция работника ДГТУ, относящегося к категории профессорско-преподавательского состава;
- Положение о системе мониторинга удовлетворенности потребителей качеством процессов и видов деятельности, входящих в область распространения системы качества ДГТУ;
- методическое руководство «Проведение исследований», направленных на оценку удовлетворенности внутренних потребителей качеством процессов и видов деятельности, осуществляемых в университете;
- Положение о модульно-рейтинговой оценке успеваемости студентов;
- Положение о порядке проведения анкетирования студентов и профессорско-преподавательского состава.

Автор: к.э.н., доцент

Э.Б. Атуева

Рецензент:  
д.э.н., профессор

С.Г. Абдулманапов

Программа рассмотрена на заседании Ученого Совета университета

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
БАКАЛАВРИАТ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ  
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

**I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ**

Настоящий федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (далее соответственно - программа бакалавриата, направление подготовки).

**II. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

В настоящем федеральном государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

ОК - общекультурные компетенции;

ОПК - общепрофессиональные компетенции;

ПК - профессиональные компетенции;

ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

сетевая форма - сетевая форма реализации образовательных программ.

**III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ**

3.1. Получение образования по программе бакалавриата допускается только в образовательной организации высшего образования (далее - организация).

3.2. Обучение по программе бакалавриата в организациях осуществляется в очной, очно-заочной и заочной формах обучения.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

3.3. Срок получения образования по программе бакалавриата:

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

в очно-заочной или заочной формах обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год в очно-заочной или заочной формах обучения не может составлять более 75 з.е.;

при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными

ми возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

Конкретный срок получения образования и объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, в очно-заочной или заочной формах обучения, а также по индивидуальному плану определяются организацией самостоятельно в пределах сроков, установленных настоящим пунктом.

3.4. При реализации программы бакалавриата организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.5. Реализация программы бакалавриата возможна с использованием сетевой формы.

3.6. Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации, если иное не определено локальным нормативным актом организации.

#### IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ПРОГРАММУ БАКАЛАВРИАТА

4.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает: организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

4.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;

процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

организационно-управленческая;

информационно-аналитическая;

предпринимательская.

При разработке и реализации программы бакалавриата организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов организации.

В соответствии с видами профессиональной деятельности, установленными настоящим пунктом, организация формирует программу бакалавриата, ориентированную на практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладного бакалавриата).

4.4. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

планирование деятельности организации и подразделений;

формирование организационной и управленческой структуры организаций;

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

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

контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

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

участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

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

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

создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка системы внутреннего документооборота организации;

оценка эффективности проектов;

подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;

организация и ведение предпринимательской деятельности.

## V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

5.1. В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

5.2. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9).

5.3. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

5.4. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

организационно-управленческая деятельность:

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий за-

ключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

информационно-аналитическая деятельность:

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);

предпринимательская деятельность:

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);

владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

5.5. При разработке программы бакалавриата все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата, включаются в набор требуемых результатов освоения программы бакалавриата.

5.6. При разработке программы бакалавриата организация вправе дополнить набор компетенций выпускников с учетом направленности программы бакалавриата на конкретные области знания и (или) вид (виды) деятельности.

5.7. При разработке программы бакалавриата требования к результатам обучения по

отдельным дисциплинам (модулям), практикам организация устанавливает самостоятельно с учетом требований соответствующих примерных основных образовательных программ.

## VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

6.1. Структура программы бакалавриата включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программ бакалавриата, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее - направленность (профиль) программы).

6.2. Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок 1 "Дисциплины (модули)", который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 "Практики", который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 "Государственная итоговая аттестация", который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений Российской Федерации<sup>1</sup>.

Таблица

**Структура программы бакалавриата**

Структура программы бакалавриата		Объем программы прикладного бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	171 - 177
	Базовая часть	81 - 87
	Вариативная часть	90
Блок 2	Практики	54 - 63
	Вариативная часть	54 - 63
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9
<b>Объем программы бакалавриата</b>		<b>240</b>

6.3. Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы бакалавриата, организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО, с учетом соответствующей (соответствующих) примерной (примерных) основной (основных) образовательной (образовательных) программы (программ).

<sup>1</sup> Перечень специальностей высшего образования - специалитета, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. N 1061 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 14 октября 2013 г., регистрационный N 30163), с изменениями, внесенными приказами Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 января 2014 г. N 63 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 февраля 2014 г., регистрационный N 31448), от 20 августа 2014 г. N 1033 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 3 сентября 2014 г., регистрационный N 33947), от 13 октября 2014 г. N 1313 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 ноября 2014 г., регистрационный N 34691), от 25 марта 2015 г. N 270 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 апреля 2015 г., регистрационный N 36994) и от 1 октября 2015 г. N 1080 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 октября 2015 г., регистрационный N 39355).



6.4. Дисциплины (модули) по философии, истории, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы бакалавриата. Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяются организацией самостоятельно.

6.5. Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках: базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы бакалавриата в объеме не менее 72 академических часов (2 з.е.) в очной форме обучения;

элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном организацией. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья организация устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

6.6. Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы бакалавриата, и практики определяют направленность (профиль) программы бакалавриата. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части программы бакалавриата, и практик организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО. После выбора обучающимся направленности (профиля) программы, набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

6.7. В Блок 2 "Практики" входят учебная и производственная, в том числе преддипломная, практики.

Тип учебной практики:

практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способ проведения учебной практики:

стационарная.

Тип производственной практики:

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способы проведения производственной практики:

стационарная;

выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

При разработке программ бакалавриата организация выбирает типы практик в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата. Организация вправе предусмотреть в программе бакалавриата иные типы практик дополнительно к установленным настоящим ФГОС ВО.

Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях организации.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

6.8. В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (если организация включила государственный экзамен в состав государственной итоговой аттестации).

6.9. При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 30 процентов вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)".

6.10. Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1

"Дисциплины (модули)", должно составлять не более 60 процентов от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока.

## VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

7.1. Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата.

7.1.1. Организация должна располагать материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

7.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации <1>.

-----  
<1> Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4243; N 48, ст. 6645; 2015, N 1, ст. 84), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927; N 30, ст. 4217, ст. 4243).

7.1.3. В случае реализации программы бакалавриата в сетевой форме требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого органи-

зациями, участвующими в реализации программы бакалавриата в сетевой форме.

7.1.4. В случае реализации программы бакалавриата на созданных в установленном порядке в иных организациях кафедрах и (или) иных структурных подразделениях организации требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов указанных организаций.

7.1.5. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный N 20237), и профессиональным стандартам (при наличии).

7.1.6. Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) должна составлять не менее 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

7.2. Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата.

7.2.1. Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового договора.

7.2.2. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна составлять не менее 70 процентов.

7.2.3. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 70 процентов.

7.2.4. Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 10 процентов.

7.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата.

7.3.1. Специальные помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудо-

ванием, в зависимости от степени сложности. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в примерных основных образовательных программах.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

В случае неиспользования в организации электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

7.3.2. Организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению).

7.3.3. Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

7.3.4. Обучающимся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

7.3.5. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.4. Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата.

7.4.1. Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования по специальностям (направлениям подготовки) и укрупненным группам специальностей (направлений подготовки), утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 октября 2015 г. N 1272 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 ноября 2015 г., регистрационный N 39898).

**Приказ Минобрнауки России от 20 апреля 2016 г. № 444 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»**

Зарегистрировано в Минюсте России 23 мая 2016 г. N 42205

---

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ**  
**ПРИКАЗ**  
**от 20 апреля 2016 г. N 444**  
**О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ**  
**В ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ**  
**СТАНДАРТЫ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В соответствии с пунктом 20 Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 661 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 33, ст. 4377; 2014, N 38, ст. 5069), приказываю:

Утвердить:

изменения, которые вносятся в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования по направлениям подготовки (уровень бакалавриата) (приложение N 1);

изменения, которые вносятся в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования по направлениям подготовки (уровень магистратуры) (приложение N 2);

изменения, которые вносятся в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования по специальностям (уровень специалитета) (приложение N 3).

Министр  
Д.В.ЛИВАНОВ

Приложение N 1

Утверждены  
приказом Министерства образования  
и науки Российской Федерации  
от 20 апреля 2016 г. N 444

**ИЗМЕНЕНИЯ,  
КОТОРЫЕ ВНОСЯТСЯ В ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПО НАПРАВЛЕНИЯМ ПОДГОТОВКИ  
(УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)**

1. Пункты 6.9 и 6.9 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 03.03.02 Физика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 августа 2014 г. N 937 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25 августа 2014 г., регистрационный N 33805), считать пунктами 6.9 и 6.10 соответственно.

2. В пункте 5.4 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 марта 2015 г. N 163 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2015 г., регистрационный N 36531):

- а) в абзаце пятом слова ", элементы экономического анализа" исключить;
- б) в абзаце девятом слова "нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации текстильных изделий," исключить.

3. В федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 27.03.01 Стандартизация и метрология (уровень бакалавриата), утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 марта 2015 г. N 168 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 марта 2015 г., регистрационный N 36567):

- а) абзац пятый пункта 6.5 считать пунктом 6.6 и изложить в следующей редакции:

"6.6. Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы бакалавриата, и практики определяют направленность (профиль) программы бакалавриата. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части программы бакалавриата, и практик организация определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО. После выбора обу-

чающимся направленности (профиля) программы, набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.";

б) пункты 7.1.7, 7.1.8 и 7.1.9 считать соответственно пунктами 7.1.5, 7.1.6 и 7.1.7.

4. В федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 35.03.09 Промышленное рыболовство (уровень бакалавриата), утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 марта 2015 г. N 169 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 марта 2015 г., регистрационный N 36615):

а) пункт 7.1.5 изложить в следующей редакции:

"7.1.5. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный N 20237), и профессиональным стандартам (при наличии).";

б) пункт 7.2.3 дополнить словами "ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 50 процентов."

5. В Таблице пункта 6.2 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 28.03.01 Нанотехнологии и микросистемная техника (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 марта 2015 г. N 177 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 31 марта 2015 г., регистрационный N 36650), строку:

Блок 3	Государственная итоговая аттестация	15 - 21	21 - 30
	Базовая часть	6 - 9	6 - 9

заменить строкой

Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9	6 - 9

6. В федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (уровень бакалавриата), утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 4 декабря 2015 г. N 1429 (зарегистрирован Министер-

ством юстиции Российской Федерации 31 декабря 2015 г., регистрационный N 40502):

а) пункт 4.1 дополнить словами "проведение научно-исследовательской работы в области экспертизы качества, разработки новых методов установления подлинности и предупреждения фальсификации товаров, увеличения сроков годности и прогнозирования сохраняемости";

б) в пункте 4.2:

дополнить новым абзацем следующего содержания:

"научные исследования в области совершенствования потребительских свойств товаров, повышения их конкурентоспособности и качества, увеличения сроков годности и хранения;";

абзац девятый считать абзацем десятым;

в) пункт 4.3 изложить в следующей редакции:

"4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

торгово-закупочная;

организационно-управленческая в области товарного менеджмента;

торгово-технологическая;

оценочно-аналитическая;

научно-исследовательская.

При разработке и реализации программы бакалавриата организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов организации.

Программа бакалавриата формируется организацией в зависимости от видов учебной деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы:

ориентированной на научно-исследовательский и (или) педагогический вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа академического бакалавриата);

ориентированной на практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладного бакалавриата).";

г) в пункте 4.4:

абзац сорок шестой изложить в следующей редакции:

"контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии;";

дополнить абзацами следующего содержания:

"научно-исследовательская деятельность:

организация и проведение научных исследований по оценке потребительских свойств, качества, безопасности, подлинности и конкурентоспособности товаров;

разработка методов выявления некачественных и фальсифицированных товаров;

анализ и обоснование новых направлений повышения конкурентоспособ-



ности отечественных товаров и выявление резервов импортозамещения;

изучение потребительских предпочтений, определение номенклатуры потребительских свойств товаров и сырья, исследование основополагающих характеристик, обуславливающих их потребительские свойства;

изучение процессов, происходящих при хранении потребительских товаров, оптимизация и совершенствование условий хранения, увеличение сроков хранения;

проведение статистических обследований, опросов, анкетирования с целью изучения конъюнктуры и перспектив развития товарного рынка;

участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности;

участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений по реализации разработанных проектов и программ."

д) в пункте 5.4:

абзац двадцать первый изложить в следующей редакции:

"знанием функциональных возможностей торгово-технологического оборудования, способностью его эксплуатировать и организовывать метрологический контроль (ПК-16);";

дополнить абзацами следующего содержания:

"научно-исследовательская деятельность:

готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в профессиональной деятельности (ПК-17);

готовностью к освоению современных методов экспертизы и идентификации товаров (ПК-18);

способностью проводить научные исследования в области оценки потребительских свойств, качества и безопасности товаров (ПК-19).";

е) Таблицу пункта 6.2 изложить в следующей редакции:

Таблица

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е.	
		программа академического бакалавриата	программа прикладного бакалавриата
Блок 1	Дисциплины (модули)	207 - 216	192 - 207
	Базовая часть	99 - 111	84 - 102
	Вариативная часть	105 - 108	105 - 108
Блок 2	Практики	15 - 27	24 - 42
	Вариативная часть	15 - 27	24 - 42
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9	6 - 9
Объем программы бакалавриата		240	240

ж) в пункте 7.1.1 слова "практической работы обучающихся, предусмотренной учебным планом" заменить словами "практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом".

7. В пункте 5.4 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.03.02 Психолого-педагогическое образование (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. N 1457 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 января 2016 г., регистрационный N 40623):

а) в абзаце двадцать семь слова "ПК-21" заменить словами "ПК-22";

б) в абзацах с двадцать восьмого по сорок пятый слова "ПК-22", "ПК-23", "ПК-24", "ПК-25", "ПК-26", "ПК-27", "ПК-28", "ПК-29", "ПК-30", "ПК-31", "ПК-32", "ПК-33", "ПК-34", "ПК-35", "ПК-36", "ПК-37", "ПК-38" заменить соответственно словами "ПК-23", "ПК-24", "ПК-25", "ПК-26", "ПК-27", "ПК-28", "ПК-29", "ПК-30", "ПК-31", "ПК-32", "ПК-33", "ПК-34", "ПК-35", "ПК-36", "ПК-37", "ПК-38", "ПК-39".

8. Пункт 4.3 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. N 1461 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 января 2016 г., регистрационный N 40640) изложить в следующей редакции:

"4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

организационно-управленческая и экономическая;

информационно-аналитическая;

социально-психологическая;

проектная."

9. В пункте 5.4 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. N 1470 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 января 2016 г., регистрационный N 40622):

а) в абзаце сорок девять слова "ПК-41" заменить словами "ПК-42";

б) в абзацах с пятидесятого по пятьдесят второй слова "ПК-42", "ПК-43", "ПК-44" заменить соответственно словами "ПК-43", "ПК-44", "ПК-45".

10. Таблицу пункта 6.2 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 07.03.04 Градостроительство (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 февраля 2016 г. N 94 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 2 марта 2016 г., регистрационный N 41306) изложить в следующей редакции:

Таблица

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е.	
		программа академическо-го бакалавриата	программа прикладного бакалавриата
Блок 1	Дисциплины (модули)	240	225
	Базовая часть	105 - 135	111 - 120
	Вариативная часть	105 - 135	105 - 114
Блок 2	Практики	51 - 54	66 - 69
	Вариативная часть	51 - 54	66 - 69
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9	6 - 9
Объем программы бакалавриата		300	300

11. В федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. N 7 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 9 февраля 2016 г., регистрационный N 41028):

а) в пункте 5.2:

абзац пятый исключить;

в абзацах с шестого по десятый слова "ОК-5", "ОК-6", "ОК-7", "ОК-8", "ОК-9" заменить соответственно словами "ОК-4", "ОК-5", "ОК-6", "ОК-7", "ОК-8";

б) Таблицу пункта 6.2 изложить в следующей редакции:

"Таблица

Структура программы бакалавриата		Объем программы прикладного бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	171 - 221
	Базовая часть	81 - 131
	Вариативная часть	90
Блок 2	Практики	10 - 63
	Вариативная часть	10 - 63
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9
Объем программы бакалавриата		240

## Приложение 2

















**Рабочие программы дисциплин (модулей)**

Рабочие программы дисциплин находятся на выпускающей кафедре менеджмента.

Аннотации рабочих программ

Профиль - Маркетинг

Код блока ООП	Минимум требований к дисциплине	Коды формируемых компетенций
1	2	3
Б.1. Б	<b>БАЗОВАЯ ЧАСТЬ</b>	
Б1.Б.1	<p style="text-align: center;"><b>ИСТОРИЯ</b></p> <p>Методология и теория исторической науки. Киевская Русь. Московская Русь. Российская империя в XVIII веке. Социально-экономическое и политическое развитие России в XIX- начале XX вв. Общественное движение в России в XIX в. Внешняя политика России в XIX в. Революция 1905-1907 гг. Революции 1917г. Гражданская война. Советская страна в условиях новой экономической политики. Социально-экономическое и политическое развитие страны в конце 1920-х - 1930-е гг. Международное положение и внешняя политика Советского государства в 1930-первой половине 1940-х гг. Великая Отечественная война. Социально-политическое развитие страны в послевоенный период (1945-1964 гг.). Советское общество во второй половине 1960-х – начале 1980-х годов. Переломный этап в развитии страны в середине 1980-х – начале 1990-х. Россия в современных условиях. Россия на современном этапе.</p>	ОК-1, 2;  4 ЗЕТ (144 ч.)
Б1.Б.2	<p style="text-align: center;"><b>ФИЛОСОФИЯ</b></p> <p>Предмет философии; место и роль философии в культуре; становление философии; основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития; структура философского знания; учение о бытии; монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия; понятия материального и идеального; пространство, время; движение и развитие, диалектика; детерминизм и индетерминизм; динамические и статистические закономерности; научные, философские и религиозные картины мира; человек, общество, культура; человек и природа; общество и его структура; гражданское общество и государство; человек в системе социальных связей; человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость; формационная и цивилизационная концепции общественного развития; смысл человеческого бытия; насилие и ненасилие; свобода и ответственность; мораль, справедливость, право; нравственные ценности; представления о совершенном человеке в различных культурах; эстетические ценности и их роль в человеческой жизни; религиозные ценности и свобода совести; сознание и познание; сознание, самосознание и личность; познание, творчество, практика; вера и знание; понимание и объяснение; рациональное и иррациональное в познавательной деятельности; проблема истины; действительность, мышление; логика и язык; искусство спора; основы логики; научное и вненаучное знание; критерии научности; структура научного познания, его методы и фор-</p>	ОК-1,6 4 ЗЕТ (144 ч.)

	мы; рост научного знания; научные революции и смены типов рациональности; наука и техника; будущее человечества; глобальные проблемы современности; взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.	
Б1.Б.3	<p style="text-align: center;"><b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</b></p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности.</p> <p>Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций, выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение специальной психологической лексики на иностранном языке;</li> <li>- овладение устной и письменной коммуникацией на профессиональные темы, как в диалогической, так и в монологической форме;</li> <li>- овладение умением читать и переводить специальную литературу на иностранном языке; - способность писать специальные тексты на иностранном языке.</li> </ul> <p>Кроме этого студенты приобретают некоторые навыки работы с текстом, в частности овладевают навыком оптимизации понимания текста.</p>	<p>ОК-4,5; ОПК-4</p> <p>8 ЗЕТ (288 ч.)</p>
Б1.Б.4	<p style="text-align: center;"><b>ПРАВОВЕДЕНИЕ</b></p> <p>Понятие и признаки правового государства, его функции и их осуществление; теории происхождения государства и права; определение источников права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации, статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности), федеративное устройство государства, конституционные права и свободы и т.д.; основы трудового права; основы международного права, роль современного международного права в обеспечении прав и свобод человека, международно-правовые акты о правах человека и гражданина.</p>	<p>ОК 2, 6 ОПК-1;</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч.)</p>
Б1.Б.5	<p style="text-align: center;"><b>ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА</b></p> <p>Основные экономические понятия: экономические блага, потребности, ресурсы, экономический выбор, экономические отношения, объекты микроэкономики. Формы общественного производства. Экономические системы. Рынок. Рыночный механизм. Рыночное равновесие. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Функционирование предприятий. Издержки и прибыль. Типы рыночных структур: совершенная и несовершенная конкуренция. Рынки факторов производства.</p> <p>Система национальных счетов (СНС) и макроэкономические показатели. Макроэкономическое равновесие. Потребление и сбережения. Инфляция и безработица. Бюджетно-налоговая политика государства (фискальная политика). Деньги страны. Денежно-кредитная политика. Экономический рост. Макроэкономическая динамика. Международные</p>	<p>ОК-3, ПК-7</p> <p>9 ЗЕТ (324 ч.)</p>

экономические отношения. Внешняя торговля. Макроэкономические проблемы переходной экономики.

Истоки институционализма. Классификация школ институциональной экономики. Теория институтов.

Институт. Проблема определения понятия: неоклассический и институциональный подход. Институт в определениях экономистов и социологов.

Институт как: а) поступки и стереотипы поведения людей; б) правила; в) взгляды (предубеждения). Формальные и неформальные правила. Институт и организация: отличительные признаки. Право и транзакция.

Методологические основы институционального проектирования (ИП). Понятие ИП.

Естественные и искусственные социально-экономические институты. Типология транзакционных издержек. Природа транзакционных издержек. Трансформационные и транзакционные издержки. Классификация издержек: координационные, мотивационные.

Четыре уровня транзакций по О.Уильямсону:

- 1) разовый (элементарный) обмен на анонимном рынке
- 2) повторяющийся обмен массовыми товарами (в отсутствие специфичности активов)
- 3) повторяющийся контракт, связанный с инвестициями в специфические активы
- 4) инвестиции в эксклюзивные активы

Классификация транзакций по Д.Норту и Т. Эггертсону:

- издержки поиска цены, товара, продавца, покупателя
- издержки ведения переговоров
- издержки составления контрактов
- издержки мониторинга
- издержки на принуждение
- издержки по защите прав собственности

Теория транзакционных издержек: роль информационных издержек. Теория общественного выбора: роль издержек согласования. Теория соглашений: роль неоднородности институциональной среды.

Свобода и собственный интерес как основные предпосылки в процессе взаимодействия участников экономической жизни. Понятие контракта, виды контрактов.

Основные составляющие контракта, структура контракта. Основные понятия контрактного права. Природа контрактов в –свободной теории и –законной теории. Совершенный и несовершенный (точковый и отношенческий) контракты. Типы проблем, предшествующих контракту: – до и в|| процессе заключения сделки:

- проблемы фоновой информации
- проблема торга
- проблема измерений
- проблема неблагоприятного отбора
- проблема инвестиций в специфические активы. Понятие реляционного контракта.

Варианты воздействия внешней среды на результаты взаимодействия между индивидами: определенность, неопределенность и риск. Контракт о продаже и контракт о найме.

Типы контрактов: классический, неоклассический, имплицитный.

Предмет теории прав собственности. Правовые предпосылки экономи-

ческой теории прав собственности. Механизм возникновения прав собственности. Проблема спецификации прав собственности. Обмен как обмен пучками прав собственности. Перечень правомочий:

- 1) права пользования имуществом (usus);
- 2) права пожинать приносимые им плоды (usus fructus);
- 3) права изменять его форму и субстанцию (abusus) и
- 4) права передавать его другим лицам по взаимно согласованной цене.

Степень исключительности права частной собственности: исключительность права usus fructus, исключительность права отчуждения.

Понятие –размывания прав собственности.

Три системы собственности. : частная , государственная , общая. Сравнительные характеристики систем собственности. Поведенческие последствия каждой из систем собственности.. Типы регулирования прав собственности. Концепция остаточных прав и остаточных эффектов.

Проблема – внешних эффектов. Частные и социальные издержки, случаи их расхождения. Логика теоремы Коуза. Выводы из теоремы Коуза: двусторонний характер внешних эффектов, экономический смысл прав собственности, роль государства в – провалах рынка.

Критика и опровержения теоремы Коуза : эффект дохода, теория игр, нереалистичность.

Свойства эффективных прав собственности: Четкость, однозначность, реализуемость, обмениваемость. Проблема ограничения прав собственности. Проблема разделения прав собственности. Проблема формирования набора прав собственности. Проблема сложных результатов собственности. Проблема определения права собственности.

Понятие организации. Соотношение институтов и организаций. Формы организации.

Специфика организации общины, идеология, цели и задачи. Признаки организации: цель, обособленность, наличие связей между отдельными элементами, саморегулирование, организационная культура. Социальная структура организации. Пять основных фаз цикла жизни организации. Законы организации: 1-синергии, 2-дополнения, 3-сохранения пропорциональности, 4-композиции, 5-самосохранения, 6-информированности, 7-необходимого разнообразия.

Виды организаций: искусственная, естественная.

Семья как общинная организация, специфика целей семьи. Современные формы общинных организаций.

Корпорация и община: сравнительная характеристика. Эффективность корпораций.

Миссия корпорации. Корпоративная культура.

Ассоциация: понятие, специфика создания.

Права собственности на сложные объекты. Классическая форма фирмы: два ограничения 1 - неизбежность факторов производства; 2 - заданные цены.

Критерии эффективности фирмы:

- аллокативная эффективность
- X- эффективность

Закрываются и открытые фирмы.

Индивидуальное частное предприятие: ограничения, проблема горизонта, проблема диверсификации.

Товарищество: преимущества и недостатки. Проблемы функционирования: ответственность за собственность, проблема – зайца, наследова-

ния опыта, торговой марки  
 Корпорация: закрытая корпорация, применимость.  
 Открытая корпорация, основные черты: права собственности и менеджмент. Группы внешних факторов, ограничивающие оппортунистическое поведение менеджеров:
 

- конкуренция на рынке капитала
- рынок услуг менеджеров
- поглощение фирм ( конкуренция между командами менеджеров

 Формы оппортунистического поведения высших менеджеров : злонамеренное (fraud), незлонамеренное (non-fraud)  
 Корпорации типа –mutual -общества на взаимности и –non- profit.  
 Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Обмен информацией: издержки и искажения. Издержки измерения качества обмениваемых товаров и услуг. Оппортунистическое поведение и роль –третьей стороны государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника.  
 –Провалы государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы – вмешательства государства в сделки.  
 Теория государства Д Норта.  
 Типология государств. Государство и проблема –принципала - агента. Государство- гарант сделок: контрактное государство. Предпосылки существование контрактного государства.  
 Эксплуататорское государство - как модель –стационарного бандита. Ограничения монопольной власти правителя, монополия на насилие и роль распределения потенциала на насилие в функционировании государства.  
 Эмпирические методы оценки характера государства : анализ государственного бюджета; структура государственных расходов; способы финансирования бюджетного дефицита.  
 Сравнительный анализ контрактного и эксплуататорского государства. Специфика отношений принципал-агент, применительно к государству. Рынки власти: административный рынок, монетаристская революция и политическая реакция на нее.  
 Функциональная структура административного рынка. Институты экономики советского государства. Природа организационной культуры.  
 Причины внезаконного осуществления экономической деятельности - цена подчинения закону. Издержки доступа к закону. Издержки продолжения деятельности в рамках закона. Понятие внезаконной экономики. Структура внезаконной экономики: неофициальная экономика, фиктивная экономика, криминальная экономика. подходы к измерению размеров внезаконной экономики: монетарный метод, метод баланса расходов и доходов, анализ занятости, метод технологических коэффициентов, опросы домашних хозяйств, социологический метод.  
 Цена внезаконности и ее составляющие:
 

- издержки уклонения от легальных санкций
- издержки трансфертов доходов
- издержки уклонения от налогов и начислений на заработную плату
- издержки отсутствия легально зафиксированных прав собственности
- издержки невозможности использования контрактной системы



	<ul style="list-style-type: none"> <li>· издержки исключительности двухстороннего характера внелегальной сделки</li> <li>· издержки доступа к внелегальным процедурам разрешения конфликта</li> </ul> <p>Внелегальная экономика, характеристика трансакций : характер доверия, вероятность оппортунизма, санкции за оппортунизм, процедура разрешения конфликта, форма расчетов, период заключения сделок. Макроэкономические последствия внелегальности: позитивные и негативные. –Нормы мафии : норма чести, норма доверия, норма секретности. Отличия правил внелегальной и легальной рыночной сделки.</p> <p>Нормообразующие факторы. Эффективность норм и институциональные ловушки: бартер, неплатежи, уклонение от налогов, коррупция, стагнация производства. Культурная инерция и институциональный конфликт. Переходная рента. Выход из институциональной ловушки. Государство в период реформ</p>	
Б1.Б6	<p style="text-align: center;"><b>МАТЕМАТИКА</b></p> <p>Базовые понятия и методы линейной алгебры, аналитической геометрии, математического анализа (дифференциальное и интегральное исчисление, дифференциальные уравнения), а также простейшие примеры их использования для анализа управленческих решений. Дифференциальное исчисление функции одной переменной: Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций. Предел числовой последовательности. Предел функции. Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций. Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Выпуклость функций. Линейная алгебра и аналитическая геометрия. Матрицы. Определители и их свойства. Решение линейных систем по формулам Крамера и методом Гаусса. Векторы. Линейные операции над векторами. Базис на плоскости и в пространстве. Скалярное произведение векторов. Прямая на плоскости. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола. Прямая и плоскость в пространстве. Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных. Интегральное исчисление. Дифференциальные уравнения. Ряды. Первообразная и неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы. Обыкновенные дифференциальные уравнения первого порядка. Дифференциальные уравнения первого порядка: с разделяющимися переменными; линейные уравнения, уравнения Бернулли. Разностные уравнения. Основные понятия теории вероятностей и математической статистики. Элементы комбинаторики и теории множеств. Случайные величины. Законы распределения вероятностей для функций от известных случайных величин. Цепи Маркова и их использование в моделировании социально-экономических процессов. Статистические методы обработки экспериментальных данных. Модель корреляционного анализа. Модель множественной линейной регрессии. Метод наименьших квадратов для получения оценок коэффициентов регрессии. Кластер-анализ.</p>	<p>ОК-, 3 ОПК-7,</p> <p>11 ЗЕТ (396 ч.)</p>

Б1.Б.7	<p style="text-align: center;"><b>СТАТИСТИКА</b></p> <p>Статистика и ее информационная база: роль статистики, ее задачи и организация; статистическое наблюдение; обеспечение качества статистической информации; сводка и группировка материалов статистического наблюдения. Статистическая совокупность и ее характеристики: абсолютные, относительные и средние величины; статистические распределения и их основные характеристики; выборочный метод наблюдения. Статистическое изучение взаимосвязей и динамики: методы изучения корреляционной связи; методы обработки и анализа рядов динамики; индексный метод анализа в экономико-статистических исследованиях. Значение социально-экономической статистики и ее содержание в современных условиях: роль и значение социально-экономической статистики; основные направления развития российской статистики. Статистика населения и рынка труда: статистика населения; статистика рынка труда и трудовых ресурсов. Макроэкономические показатели в системе национальных счетов: СНС как система взаимосвязанных макроэкономических показателей; основные направления статистического анализа макроэкономических показателей. Статистика национального богатства: современная концепция национального богатства и баланс активов и пассивов; статистика основных фондов; статистика материальных оборотных активов. Статистика уровня и качества жизни населения: статистика заработной платы и расходов на рабочую силу; статистика доходов населения; статистика расходов и потребления населения; статистика уровня жизни и развития человеческого потенциала.</p>	ОК-3, ОПК-1,7, ПК-9,14,17 6 ЗЕТ (216 ч.)
Б1.Б.8	<p style="text-align: center;"><b>МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ</b></p> <p>Основы методологии принятия управленческих решений. Менеджмент как процесс принятия организационно-управленческих решений. Алгоритм принятия управленческих решений. Моделирование и модели принятия управленческих решений. Основная модель принятия решений. Классификация методов принятия решений. Методы диагностики проблем. Методы декомпозиции проблем. Методы сравнительного и факторного анализа. Методы моделирования. Методы прогнозирования. Методы ситуационного анализа. Метод мозгового штурма. Метод Дельфи. Эвристические методы. Методы морфологического анализа. Метод синектики. Методы коллективных ассоциаций. Методы, использующие карточки. Методы оценки и выбора альтернатив. Методы реализации управленческих решений. Методы оценки эффективности управленческих решений. Ответственность в системе принятия и реализации управленческих решений/</p>	ОК-3,6 ОПК-2,3,6 ПК-1,2,3,4, 5,8,13,14,15 3 ЗЕТ (108 ч.)
Б1.Б.9	<p style="text-align: center;"><b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ</b></p> <p>Сущность и ключевые понятия информационных технологий организации. Предпосылки развития информационных технологий. Классификация информационных технологий. Информационное и техническое обеспечение информационных технологий организации: роль информации; информационные потоки и их взаимосвязь; классификация информационного обеспечения; персональные данные и их конфиденциальность; средства компьютерной техники, аппаратное обеспечение персональных компьютеров; средства коммуникационной техники;</p>	ОК-3, ОПК-2,4,5,7, ПК-11  4 ЗЕТ (144 ч)

	<p>средства организационной техники; автоматизированное рабочее место менеджера как комплекс современных информационных технологий. Математическое и программное обеспечение информационных технологий: понятие о логической и математической формализации; модели представления знаний; экономико-математическое описание задач управления персоналом; классификация и принципы построения математических моделей; виды алгоритмов и способы их описания; общая характеристика и классификация используемых в организациях программных средств. Прикладные программные продукты и тенденции их развития: классификация задач; возможность, целесообразность и необходимость их автоматизации; этапы развития информационных систем и их взаимосвязь с развитием вычислительной техники и средств коммуникаций; новые информационные технологии; принципы выбора программного обеспечения. Информационные технологии формирования политики организации, стратегического и оперативного управления: схема информационных потоков; исходные документы; проектирование базы данных; информационные технологии и этапы формирования стратегии управления; определение потребностей организации. Информационные технологии оценки труда и результатов деятельности персонала организации. Информационные технологии расчета заработной платы: основные задачи модуля «Расчет заработной платы»; расчет с сотрудниками организации; удержание налогов; ведение архива постоянных сведений; формирование документов для других подразделений; формирование документов для налоговых и других государственных органов. Информационные технологии решения учетно-аналитических задач: формы первичной учетной информации; база данных персонального учета; информационная технология ведения оперативного управленческого документооборота.</p>	
Б1.Б.10	<p style="text-align: center;"><b>ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА</b></p> <p><b>Раздел 1.</b> История управленческой мысли. Природа управления и исторические тенденции его развития. Этапы и школы в истории менеджмента. Общая теория управления. Разнообразие моделей менеджмента.</p> <p><b>Раздел 2.</b> Теория организации. Организация как объект менеджмента. Основные бизнес-процессы в организации. Цели, принципы и методы управления. Основные функции менеджмента. Организационная культура. Процесс принятия и реализации управленческих решений.</p> <p><b>Раздел 3.</b> Организационное поведение. Основные концепции взаимодействия людей в организации. Групповая динамика и формирование группового поведения в организации. Командообразование в менеджменте. Процесс коммуникации и эффективность управления. Лидерство в организации. Управление конфликтами в организации. Основные подходы к теории и осуществлению организационных изменений.</p>	<p>ОК-3, ОПК-2,3,6 ПК-1,2,5,8</p> <p>11 ЗЕТ (396 ч)</p>
Б1.Б.11	<p style="text-align: center;"><b>МАРКЕТИНГ</b></p> <p>Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга. Понятийный аппарат маркетинга. Принципы маркетинга. Формирование системы</p>	<p>ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-3,7,11</p>

	<p>управления маркетингом в организации: постановка и структуризация целей маркетинга; целеполагание в маркетинге по уровням управления в организации; сущность, формирование и классификация функций маркетинга, выделение комплексных и частных функций маркетинга; место маркетинга в организационной структуре; сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления организации. Роль маркетинга в формировании трудового потенциала организации: маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации; источники и пути покрытия потребности в персонале, их выбор в зависимости от ситуации на рынке труда; основные методы определения количественной потребности в персонале. Имидж организации и его использование в маркетинге: значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга: маркетинговые исследования и маркетинговая информация, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга, способы применения коммуникативной функции, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге; реализация конкретных путей покрытия потребности в зависимости от целей организации и ситуации на рынке.</p>	5 ЗЕТ (180 ч)
Б1.Б.12	<p style="text-align: center;"><b>УЧЕТ И АНАЛИЗ</b></p> <p>Цели и задачи учета в принятии управленческих решений: Сущность, содержание и основные понятия бухгалтерского финансового и управленческого учета, экономического анализа; бухгалтерский баланс, счета и двойная запись; организация бухгалтерского учета: система сбора и обобщения информации об активах, капитале и обязательствах организации, необходимой для составления бухгалтерской отчетности, а также для разработки управленческих решений; контроль и оценка результатов деятельности; методы калькулирования себестоимости и системы учета затрат; приемы и способы формирования информации в целях принятия управленческих решений; анализ безубыточности и способы его использования в целях формирования информации для принятия оперативных управленческих решений; калькуляция себестоимости по нормативным издержкам, виды отклонений; калькуляция себестоимости с полным распределением затрат и по переменным издержкам;</p> <p>Место экономического анализа в комплексе дисциплин по управлению: история и перспективы развития экономического анализа содержание, предмет и задачи экономического анализа научно-теоретические и методологические основы финансово-экономического анализа; роль экономического анализа в управлении организацией; виды, направления и основные методы анализа; анализ финансовой устойчивости и ликвидности, кредито- и платежеспособности организации; содержание финансового и управленческого анализа и последовательность его проведения; анализ эффективности капитальных и финансовых вложений</p>	<p>ОК-3, ОПК-5 ПК-8,10</p> <p>7 ЗЕТ (252 ч)</p>
Б1.Б.13	<p style="text-align: center;"><b>ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p>Теоретические основы финансового менеджмента: финансы как экономическая категория, финансовый менеджмент: сущность, цели, за-</p>	ОК-3, ОПК-5

	<p>дачи, финансовый менеджмент как система управления, базовые концепции финансового менеджмента. Финансовая система страны: сущность, подсистемы, сферы, звенья и управление, сущность и характеристика основных звеньев финансовой системы государства. Финансовый механизм и его структура, формирование финансовых ресурсов предприятия, процесс формирования и распределения финансовых ресурсов, капитал и его структура, оборотные средства предприятия и основы управления ими, источники формирования финансовых ресурсов, затраты и основы управления ими, управление прибылью предприятия. учет и отчетность как информационная база управления финансами, финансовая отчетность в системе управления финансами, основные показатели учета и отчетности, принципы и методы учета и анализа финансовой отчетности, основные финансовые коэффициенты отчетности, инвестирование как финансовый метод, сущность инвестиций и их виды, инфляция и дефляция, индексация цен, финансовый рынок, финансовый рынок: сущность и функции, классификация финансовых рынков, ценные бумаги и их оценка, финансовые институты на рынке ценных бумаг, классификация ценных бумаг, операции с ценными бумагами, порядок выпуска и обращения ценных бумаг, сущность налогов и принципы налогообложения, элементы, функции налогов и способы их взимания, классификация налогов, финансовые риски в деятельности предприятия, основные понятия финансовых рисков и их классификация, риск-менеджмент, методы управления риском. система и формы расчетов хозяйствующего субъекта, наличная форма расчетов, безналичная форма расчетов, кредитование как экономический метод управления, формы и виды кредита, депозиты и их вклады, сущность депозитов, виды депозитов, операции с валютой, операции по купле-продаже иностранной валюты, страхование как финансовая категория, лизинг и селенг, текущая аренда, трансферт, инжиниринг, трастинг, франчайзинг, эккаутинг, финансовое планирование на предприятии: понятие, принципы и этапы финансового планирования на предприятии, система финансовых планов предприятия и методы их разработки.</p>	<p>ПК-4,8,10,12 7 ЗЕТ (252 ч)</p>
<p>Б1.Б.14</p>	<p><b>УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ</b></p> <p>Содержание терминов «управление персоналом» и «управление человеческими ресурсами». Привлечение персонала и регулирование занятости: набор, отбор, увольнение и сокращение штата. Использование и развитие персонала: аттестация и управление эффективностью деятельности, обучение и планирование карьеры. Особенности управления человеческими ресурсами в отраслях сферы материального производства. Особенности формирования системы управления персоналом, обусловленные влиянием факторов внутренней и внешней среды, состояние экономики и специфики населения современной России. Факторы, влияющие на социально-психологический климат в производственном коллективе. Ценностные установки и постановка личных целей. Структура, состав, функции и взаимодействие системы управления персоналом с функциональными и обслуживающими подразделениями по достижению стратегических и тактических целей предприятия. Система показателей, позволяющих оценить текущее состояние кадрового потенциала предприятия. Направления формирования эффективной системы управления персоналом предприятия</p>	<p>ОК-3,5,6, ОПК-2,3 ПК-1,2 4 ЗЕТ (144 ч)</p>

<p>Б1.Б.15</p>	<p style="text-align: center;"><b>СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p>Стратегическое управление в системе менеджмента. Общая концепция стратегического управления. Задачи создания стратегии. Общий подход к выработке стратегии. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Стратегическое управление и конкурентоспособность предприятия. Стратегическое планирование. Разработка функциональных стратегий. Разработка стратегии на корпоративном уровне. Маркетинговая стратегия предприятия. Рыночные стратегии ценообразования. Концепция продукта в стратегическом управлении. Динамика продукта. Стратегия использования человеческого потенциала.</p>	<p>ОК- 2,3,6, ОПК- 2,3,5,6,7 ПК 3-6, 9, 10, 13-17 4 ЗЕТ (144 ч)</p>
<p>Б1.Б.16</p>	<p style="text-align: center;"><b>КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</b></p> <p>Понятийный аппарат и методологическая база КСО: понятие социальной ответственности, её смысл и значение для общества. Структуры, несущие социальную ответственность. Принципы социальной ответственности. Осознанная социальная ответственность. содержание этапов становления и развития. КСО Концепция корпоративной ответственности, введение представлений о ее статусе, объекте, предмете и основных задачах., модели социально- ориентированной экономики, особенности взаимодействия «бизнес-власть – общество (Б-В-О) в организации благотворительности.</p> <p>Существующие подходы к КСО, Зарубежные и отечественные теории КСО. Общие теоретические понятия и концепции. Теоретические вопросы становления системы корпоративной социальной ответственности (КСО) в условиях рыночной экономики современной России, практика развития КСО в крупнейших компаниях, на уровне предприятий, малого и среднего предпринимательства. Различные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности и ее роли в решении социальных проблем современной России: обзор представлений, связанных с социальной ответственностью – от традиционной благотворительности до социального инвестирования и венчурной филантропии. Основные составляющие социальной ответственности. Связь между корпоративной социальной политикой и основной деятельностью компаний, способы измерения влияния социальных и благотворительных программ на комплекс маркетинга, капитализацию и другие области развития бизнеса. Методика сравнительного анализа зарубежного и отечественного опыта КСО. Методики оценки взаимодействия «бизнес-власть – общество» в организации благотворительности, методики распознавания трудностей в организации триадного взаимодействия Б-В-О и др. Структура отраслевых социальных инвестиций Репутационный имидж – инструмент для привлечения инвестиций. Затраты на деятельность в области осознанной социальной ответственности и их окупаемость. Виды затрат Стандарт – ВОК КСО-2007 «Социальная ответственность организаций. Требования». Механизмы реализации корпоративной социальной ответственности Инструменты реализации, этапы проектирования и внедрения систем менеджмента социальной ответственности организаций. Инновации в управлении корпоративными региональными программами социальной направленности.</p>	<p>ОК- 3,6,7, ОПК- 2,6,7 ПК- 2,3,5,8</p> <p>3 ЗЕТ (108 ч)</p>

Б1.Б.17	<p align="center"><b>БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b></p> <p>Общие вопросы безопасности жизнедеятельности: законодательство, нормативная и нормативно-техническая документация по обеспечению безопасности жизнедеятельности; техногенные опасности и защита от них; пожарная безопасность; социальная и медицинская безопасность; обеспечение безопасности в процессе трудовой деятельности; экономический эффект защитных мероприятий. Безопасность в чрезвычайных ситуациях (ЧС): нормативная и правовая база РСЧС и ГО; ЧС мирного и военного времени; основа защиты населения и территорий в ЧС; прогнозирование и оценка обстановки в ЧС; устойчивость работы объекта экономики в ЧС; ликвидация последствий ЧС; оценка ущерба от ЧС.</p>	<p>ОК- 8</p> <p>3 ЗЕТ (108 ч)</p>
Б1.Б.18	<p align="center"><b>УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ</b></p> <p>Курс рассчитан на получение студентами необходимых знаний по управлению проектами, на освоение умений, основанных на современных стандартизированных процедурах проектного менеджмента, а также на приобретение необходимых начальных навыков управления в условиях изменяющейся экономики. Таким образом, в результате изучения дисциплины специалист должен знать следующие определения и понятия проектов, программ и их контекста: управление проектами как сфера деятельности, цели, задачи и стратегия проекта и программы. жизненный цикл и структура проекта, окружение проекта, участники проекта, функциональные области управления проектами, процессы управления проектами, управление разработкой проекта, управление реализацией проекта.</p>	<p>ОПК- 2,3 ПК-6</p> <p>4 ЗЕТ (144ч)</p>
Б1.Б.19	<p align="center"><b>ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ</b></p> <p>Инвестиции и управление инвестиционной деятельностью. Основной инструментарий экономических обоснований и расчетов в инвестиционном менеджменте. Инвестиционные ресурсы и их стоимостная оценка. Инвестиционный рынок и его оценка. Категории и показатели экономической эффективности инвестиционных проектов. Бизнес-план инвестиционного проекта. Управление стоимостью и результатами инвестиционных проектов. Государственное регулирование инвестиционной деятельности и государственные гарантии инвестиционных вложений.</p>	<p>ОК-3, ОПК- 1,6 ПК-4</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
Б1.Б.20	<p align="center"><b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА</b></p> <p>Цели освоения учебной дисциплины. Целью освоения учебной дисциплины (модуля) ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА связана с формированием компетенций, направленных на приобретение знаний и практических навыков, необходимых для овладения самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, способных обеспечить полноценную социальную и профессиональную деятельность индивида. Физическая культура является учебным циклом основной образовательной программы бакалавриата. Учебный цикл Физическая культура позволяет студенту получить углубленные знания и навыки в части физического самосовершенствования и сохранения здоровья, необходимые для успешной профессиональной деятельности и благополучной жизни. Содержание программы обеспечивает преемственность с программным материалом по физической культуре средней (полной) общеобразовательной и высшей школы.</p>	<p>ОК-7</p> <p>11 ЗЕТ (400 ч)</p>

Б1.В	<b>ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ</b>	
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины	
Б1.В.ОД.1	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА</b></p> <p>Теория социального государства. Общественность как объект и фактор социальной политики.  Социальное государство как субъект управления. Основы социальной политики в правовом демократическом государстве.  Направления реализации социальных функций государства. Социальная работа как профессионально-деятельностный компонент современного социального государства.  Формирование социального государства в современной России.</p>	<p>ОК-1,2,4, ОПК-1</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
Б1.В.ОД.2	<p style="text-align: center;"><b>РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ</b></p> <p>Стили современного русского литературного языка. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании литературного языка.  Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей.  Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.  Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приёмы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. Основные приёмы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информативность и выразительность публичной речи. Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов. Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.</p>	<p>ОК-4, ОК-5, ОПК-4,</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
Б1.В.ОД.3	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ</b></p> <p>Математические методы и модели в принятии решений. Нелинейные оптимизационные модели и нелинейное программирование. Классические методы оптимизации с ограничениями. Линейное программирование. Транспортная задача. Динамическое программирование. Целочисленная оптимизация. Оптимизация на графах. Сетевого плани-</p>	<p>ОК-3, ОПК-6, 7 ПК-4,5,10</p>



	рования, построение оптимальных маршрутов. Многокритериальные задачи выбора решений. Игровые задачи принятия решений.	3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ОД.4	<p style="text-align: center;"><b>ИНФОРМАТИКА</b></p> <p>Ведение в информатику. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Данные и их кодирование. Теория систем счисления. Операционные системы ЭВМ. Основы алгоритмизации и программирования. Базовые средства алгоритмических языков. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Классификация программного обеспечения. Сервисные программы. Текстовые процессоры. Табличные процессоры, функции и диаграммы. Демонстрационная графика. Организаторы работ. Базы данных.</p>	ОК-3, ОПК-7 ПК-8  5 ЗЕТ (180ч)
Б1.В.ОД.5	<p style="text-align: center;"><b>КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ</b></p> <p>Две культуры, как отражение двух типов мышления. Основные этапы развития естественнонаучного мышления.</p> <p>Пространство, время и материя в контексте культуры. Особенности квантово-механической картины мира. Концепции необратимости в современной физике. Симметрия в современной физике. Концепции происхождения жизни и организация живых систем. Концепции современной космологии. Концепции современной химии. Принципы эволюции воспроизводства и развития живых систем. Концепция становления человека. Человек с точки зрения естествознания. Биосфера и концепция экологии. Концепция происхождения и эволюция Земли. Эволюционно-синергетическая концепция. Концепция времени в современном естествознании.</p>	ОК-1,3  2 ЗЕТ (72 ч)
Б1.В.ОД.6	<p style="text-align: center;"><b>УЧЕБНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА В СЕМЕСТРЕ (ПО ПРОФИЛЮ)</b></p> <p>В результате освоения данной дисциплины специалист приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение целей основной образовательной программы направления подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиля «Маркетинг».</p> <p>Целью учебно-исследовательской работы студентов является углубленное изучение и закрепление учебного материала, практическое ознакомление студентов со всеми этапами исследовательской деятельности. Она является неотъемлемой составной частью подготовки высококвалифицированных специалистов, имеющих навыки самостоятельной исследовательской работы.</p>	ОК-3, ОПК-7, ПК-3, 5, 6, 7, 8, 11, 13  6 ЗЕТ (216 ч)
Б1.В.ОД.7	<p style="text-align: center;"><b>ЦЕНЫ И РЫНОЧНАЯ КОНЬЮНКТУРА</b></p> <p>Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль». Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа. Государственное регулирование цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.</p>	ОК-4, ОПК-1,2, ПК-5,7,8,11  4 ЗЕТ (144 ч)
	<b>ОСНОВЫ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК</b>	ОК-4, ОПК-

Б1.В.ОД.8	<p>Задачи и функции логистики. Факторы и тенденции развития логистики. Принципы логистики. Информационная логистика. Механизмы закупочной логистики. Логистика производственных процессов. Организация материальных потоков в производстве. Организация производственного процесса во времени. Логистика распределения и сбыта. Логистика запасов. Транспортная логистика. Логистика сервисного обслуживания.</p> <p>Организация логистического управления.</p>	<p>2,6,7 ПК-5,7,8</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
Б1.В.ОД.9	<p><b>МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b></p> <p>Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.</p>	<p>ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-7,11,13</p> <p>5 ЗЕТ (180 ч)</p>
Б1.В.ОД.10	<p><b>ОСНОВЫ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ</b></p> <p>История развития биржевой торговли и ее тенденции. Товарные биржи и их деятельность на рынке. Биржа как одна из форм организованного рынка. Регулирование биржевой деятельности. Органы управления и организационная структура товарной биржи. Биржи и их виды. Разновидности биржевых товаров. Участники биржевых торгов. Биржевые сделки, их сущность. Биржевые котировки. Основы фьючерсной и опционной торговли. Хеджирование. Брокерская фирма, ее место на бирже. Организация биржевой торговли и ее участники. Биржевой товар. Экономическая роль товарных бирж и анализ их деятельности. Материально-техническая обеспеченность товарных бирж. Рынок ценных бумаг. Участники рынка ценных бумаг. Валютный рынок и валютные операции.</p>	<p>ОПК-1,2,7 ПК-7,8,11</p> <p>3 ЗЕТ (108 ч)</p>
Б1.В.ОД.11	<p><b>НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ</b></p> <p>Налог как экономическая правовая категория Основы построения налоговой системы РФ. Налоговая политика России. Организация налогового контроля. Налог на добавленную стоимость. Налог на прибыль организаций. Акцизы. Налог на доходы физических лиц. Прочие федеральные налоги и сборы. Региональные налоги. Местные налоги. Применение специальных налоговых режимов. Принципы организации налогового менеджмента</p>	<p>ОК-2,3, ОПК-1, ПК-7,8,13</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
Б1.В.ОД.12	<p><b>ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p>Сущность, особенности и функции инновационного менеджмента. Планирование и прогнозирование инноваций. Организация инновационной деятельности. Финансирование инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов. Создание благоприятных условий инноваций. Обеспечение инновационных процессов. Разработка программ и проектов нововведений.</p>	<p>ОК-3, ОПК-2,3,7 ПК-6,8,14, 16,18</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
Б1.В.ОД.13	<p><b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ (ФИРМЫ)</b></p> <p>Предприятие в конкурентной среде. Потенциал предприятия. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация. Налогообложение предприятия. Результаты финансово-</p>	<p>ОК-3, 7 ОПК-3,6,7 ПК-</p>

	хозяйственной деятельности предприятия: показатели, их анализ и планирование. Структура планов на предприятии, методы их обоснования и взаимосвязи. Управленческий учет. Стратегический и оперативный контроллинг на предприятии. Учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия.	1,2,7, 18  3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ОД.14	<p style="text-align: center;"><b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА</b></p> <p>Целью освоения дисциплины «Мировая экономика» является формирование у студентов прочных знаний в области анализа современных тенденций, происходящих в сфере международных экономических отношений и процессов глобализации и интернационализации на мировом рынке. Мировое хозяйство и его определение. Понятие мирового воспроизводственного процесса. Роль связи и транспорта в мировом хозяйстве. Качество экономического роста. Промышленно развитые страны в мировом хозяйстве. Население в мировом хозяйстве. Экономический рост и социальный прогресс. Темпы и пропорции экономического роста. Производство продовольствия и продовольственная безопасность. Международные рынки капиталов. Формирование мирового хозяйства и этапы его развития. Понятие и инструменты механизма мирового хозяйства. Мировой рынок ссудных капиталов. Концепции глобальной экономической системы. Интернационализация рынков капитала. Динамика производства продовольствия. Демографическое развитие мира. Потребление и окружающая среда.</p>	ОК-2,3, ОПК-5, ПК-7,11,13  4 ЗЕТ (144 ч)
Б1.В.ОД.15	<p style="text-align: center;"><b>ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ</b></p> <p>Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели. Этапы процесса покупки промышленных товаров. Возникновение, осознание и формулирование потребности. Формирование стратегии промышленного маркетинга. Определение характеристик продукта или оборудования, способных удовлетворить возникшую потребность. Поиск и сравнительный анализ различных поставщиков. Рассмотрение предложений и предварительные переговоры с различными поставщиками. Заключение с ними контрактов на поставку. Осуществление поставки и проверка условий контракта по поставке промышленного продукта или оборудования. Анализ количественных и качественных характеристик промышленного рынка. Организация системы сбыта на промышленных рынках Количественные характеристики рынка: емкость рынка (фактическая и потенциальная), уровень насыщения рынка, доля рынка. Управление сбытом товаров промышленного назначения Распределение рынка между производителями товаров промышленного назначения. Темпы роста рынка. Уровень стабильности потребности. Качественные характеристики рынка. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия. Использование Интернет в организации работы службы маркетинга промышленного предприятия.</p>	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-3,7,11, 13  2 ЗЕТ (72ч)
Б1.В.ОД.16	<p style="text-align: center;"><b>БАНКОВСКОЕ ДЕЛО И БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ</b></p> <p>Основы банковского дела; Банки и иные кредитные организации современная кредитная система. Банковская деятельность. Банковская система России: структура, состояние и проблемы совершенствования управления. Двухуровневая банковская система РФ; центральный банк РФ: основные функции, операции, кредитно-денежная политика, осо-</p>	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-3,7,8,11, 13

	бенности функционирования и управления деятельностью банков. Коммерческие банки: основные пассивные и активные операции; вопросы управления доходностью ликвидностью. Маркетинг в банках. Работа с юридическими и физическими лицами. Банковское кредитование, кредитные портфель и управление кредитными операциями; инвестиционная деятельности банка; финансовые услуги, новые банковские услуги.	3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ОД.17	<p align="center"><b>ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ФИРМЫ</b></p> <p>Целью преподавания дисциплины является освоение методологических, методических основ и приобретение практических навыков анализа хозяйственной деятельности, необходимых в практической работе, формирование в процессе обучения у студентов аналитического, конструктивного, творческого мышления.</p> <p>В процессе обучения студенты должны изучить основные понятия экономического анализа, определения финансовой устойчивости фирмы, освоить применение приемов и методов, используемых в оценке финансовой устойчивости фирмы, научиться выявлять резервы повышения эффективности деятельности предприятия.</p> <p>Задачи изучения дисциплины обеспечивают реализацию требований в области экономического анализа по вопросам: понимания сущности экономических явлений и процессов, их взаимосвязи и взаимозависимости; систематизации и моделирования факторных моделей; определения влияния факторов на результаты деятельности организации; выявления и подсчета экономических резервов развития бизнеса; овладения навыками организации аналитической работы на предприятии и повышения научно-экономической обоснованности бизнес-планов.</p>	ОК-4,7, ОПК-1,2,5,6,7 ПК-4,6-8, 11, 16, 17  2 ЗЕТ (72 ч)
Б1.В.ОД.18	<p align="center"><b>ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА</b></p> <p>Планирование как принцип, метод и функция управления. Логический процесс в планировании. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Иерархия производственных планов, вспомогательные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Прогнозы и ориентиры. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.</p>	ОК-3,4,7, ОПК-1,2,3,5,6,7 ПК-5,6,9-20  3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ОД.19	<p align="center"><b>УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ</b></p> <p>Анализ основных форм поведения потенциальных покупателей на различных стадиях процесса продажи с целью формирования у них внутренних установок к совершению покупки; изучение особенностей покупательского поведения различных визуальных типов потребителей; изучение принципов воздействия на покупательское поведение с помощью стандартных методов рекламы и стимулирования продаж; освоение практических навыков формирования эффективных систем мотивации трудовой деятельности продавцов товаров и услуг; изучение реальных возможностей практического применения различных ме-</p>	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-5,7,13  3 ЗЕТ (108 ч)

	тодов активной и пассивной продажи; развитие у будущих специалистов навыков делового общения в процессе продажи товаров и услуг; освоение практических навыков формирования оптимального интерьера мест продажи товаров и услуг.	
Б1.В.ОД.20	<p style="text-align: center;"><b>МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ</b></p> <p>Место малого бизнеса в рыночной экономике; функции малого бизнеса; критерии определения малых предприятий; методы поддержки малого бизнеса в стране и за рубежом; организационно-правовые формы малого бизнеса; методы создания, ликвидации, организации и реорганизации малого предприятия; основы лицензирования малого бизнеса; особенности льготного кредитования и страхования малого предпринимательства;</p> <p>поведение малого предприятия в экономических процессах; внешняя и внутренняя среда малого предприятия; влияние ресурсов на поведение предприятия; финансовые показатели деятельности малого предприятия; налоговое регулирование малого предпринимательства; виды объединений малых предприятий; экономическая диагностика и проектирование деятельности малого предприятия.</p>	<p>ОК-3, ОПК-1,2,5,6, ПК-3,4,7,8, 11,12,13</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
Б1.В.ОД.21	<p style="text-align: center;"><b>УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ</b></p> <p>Закономерности организационного развития. Теоретические основы управления изменениями. Сопротивление персонала изменениям в организации и методы его преодоления. Основные стратегии организационных изменений. Реструктуризация бизнес-процессов в организации. Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов. Организационная культура как объект стратегических изменений. Диагностика и изменение организационной культуры. Концепция организационного обучения в процессе стратегических изменений. Инструменты управления изменениями.</p>	<p>ОК-3, ОПК-3 ПК-3,5,6,7, 15, 17</p> <p>2 ЗЕТ (72ч)</p>
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору	
Б1.В.ДВ.1	<p style="text-align: center;"><b>ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</b></p> <p>Деловые встречи. Организация и проведение ярмарок и выставок. Заграничные командировки. Деловые переговоры и заключение контракта. основные формы коммерческих структур. Создание и развитие бизнеса. Менеджмент и маркетинг. Посещение фирм и предприятий. Организация рекламы. Деловая корреспонденция. Запрос и предложения</p>	<p>ОК-5, ОПК-4</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
2.	<p style="text-align: center;"><b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК 2</b></p> <p>Использование иностранного языка в межличностном общении и профессиональной деятельности. Данная дисциплина позволяет студентам овладеть иностранным языком в объеме, достаточном для использования его в профессиональном контексте. Наряду с этим целью является приобретение студентами профессиональных знаний, в частности, знакомство с содержанием некоторых разделов общей психологии на иностранном языке. Также студенты смогут овладеть основами общего неспециального иностранного языка, что позволит им применить полученные знания и навыки в широком спектре жизненных ситуаций, выходящем за пределы профессиональной компетенции. Использование иностранного языка в профессиональном контексте подразумевает ряд аспектов, овладение которыми является отдельными задачами:</p>	<p>ОК-5, ОПК-4</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
Б1.В.ДВ.2	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА</b></p> <p>1. Понятие и содержание предпринимательской деятельности; фор-</p>	<p>ОК-3, ОПК-5</p>

	мы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности.	ПК-4,10-20 3 ЗЕТ (108 ч)
2.	<b>СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b> Паблик рилейшнз как область знания и сфера профессиональной деятельности. Цели, задачи и функции ПР. История становления ПР. Место и роль в структуре и деятельности современной организации. Общественность как социальное явление. Основные группы общественности ПР. Общественное мнение: понятие, особенности и способы функционирования. Механизмы формирования общественного мнения. Психология аудитории. Коммуникация и ее разновидности. Разновидности современных СМИ. ПР и СМИ: общие правила взаимоотношений.	ОК-4,5,6, ОПК-2,4,7 3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ДВ.3	<b>ИСТОРИЯ ДАГЕСТАНА</b>	
1.	Дагестан в эпоху древности. Происхождение дагестанских народностей. Дагестан в раннем средневековье. Зарождение и развитие феодальных отношений. Борьба народов Дагестана с иноземными захватчиками. Религия в древнем и средневековом Дагестане. Дагестан в позднем средневековье. Социально-экономическое развитие. Внешнеполитическое положение Дагестана в 18 в. Освободительная борьба народов Северо-Восточного Кавказа в 20-50-ые гг. 19 в. Дагестан в пореформенный период. Культура народов Дагестана в 19-начале 20в. Революционное движение в Дагестане в начале 20в. Установление советской власти в Дагестане. Гражданская война. Основные направления развития Дагестана в 20-30-ые годы 20в. Дагестан в годы ВОВ. Дагестан в послевоенные годы. Основные направления развития Дагестана в 50-80-ые годы 20в. Дагестан на рубеже двух столетий.	ОК-1,2,6 3 ЗЕТ (108 ч)
2.	<b>ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ</b> Экономические учения до рыночной эпохи. Меркантилизм – первая концепция рыночной экономической теории. Классическая школа политэкономии. Эволюция классической школы. Маржинальная революция. Формирование основных направлений современной экономической мысли. Американский институционализм. Кейнсианство.	ОК-3, ПК-1 3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ДВ.4	<b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ</b>	
1.	Информационные процессы в маркетинге и объективная необходимость их информатизации. Методические и практические аспекты разработки маркетинга. Информационное обеспечение автоматизированных информационных систем, рабочих мест и технологий решения задач маркетинга. Технологическое обеспечение ИС маркетинговой деятельности. Защита информации в экономических информационных системах (ЭИС). Компьютерное моделирование технологии решения функциональных задач маркетинга. Программа «ОЛИМП: Маркетинг» как средство инструментальной поддержки маркетинговой деятельности. Электронный офис в маркетинге. CRM стратегия. Стратегия взаимоотношения с клиентами	ОК-3, ОПК-7, ПК-2,8 4 ЗЕТ (144 ч)
2.	<b>ПРИКЛАДНЫЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАКЕТЫ</b> Современное математическое программное обеспечение: основные виды, возможности, области применения. Языки программирования и библиотеки подпрограмм. Специализированные и универсаль-	ОК-3, ОПК-7 ПК-2,8

	ные математические пакеты. Системы компьютерной алгебры и универсальные системы численных расчетов. Применение специализированных ( <i>GAMS</i> ) и универсальных математических пакетов. Пакеты моделирования системной динамики. Специализированные пакеты статистического анализа данных. Средства графической визуализации. Современные средства подготовки научных докладов и публикаций.	4 ЗЕТ (144 ч)
Б1.В.ДВ.5	<b>СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ И РЕГИОНАЛИСТИКА</b> 1. Природные условия и ресурсы России. Административно-территориальное устройство и экономическое районирование России. Исторический аспект территориального развития страны. Территориальная организация хозяйства. Основные типы регионов России и проблемы их развития. Основные типы регионов России и проблемы их развития. Региональная политика. Экономические связи России	ОК-2,3,6, ОПК-4 ПК-13  2 ЗЕТ (72 ч)
2.	<b>ЭКОЛОГИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ</b> Среда, ее факторы и их классификация. Популяция как биологическая система. Живое вещество биосферы, его свойства и функции. Законы, правила, принципы экологии, их учет в природоохранной деятельности. Экологическая регламентация и контроль качества окружающей среды. Плата за загрязнение окружающей среды, использование природных ресурсов и за размещение отходов. Экозащитная техника и технологии. Здоровье человека и среда обитания. Ответственность за совершение экологических правонарушений. Международное сотрудничество в области охраны окружающей среды и природопользования	ОК-3, ПК-5  2 ЗЕТ (72 ч)
Б1.В.ДВ.6	<b>ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> 1. Правовые отношения в маркетинге. Субъекты маркетинговой деятельности и их правовое положение. Договорные отношения в маркетинге. Правовые основы конкуренции и монополистической деятельности как фактора маркетинговой среды. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге. Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга. Защита прав потребителей в маркетинге. Защита интеллектуальных прав в маркетинге. Правовая защита коммерческой тайны как разновидности маркетинговой информации. Правовое обеспечение маркетинговых исследований, получения, использования и распространения маркетинговой информации	ОК-3,2, ОПК-1,6 ПК-4,8,11, 13  2 ЗЕТ (72 ч)
2.	<b>ЛИДЕРСТВО</b> Введение в теорию лидерства. Основные подходы к изучению лидерства. Проблема лидерства в современном менеджменте. Социально-психологические методы исследований и классификация типов личности. Личность руководителя Практические навыки менеджера. Межличностные коммуникации в менеджменте. Команда: сущность и этапы построения. Управление конфликтами и стрессами	ОК-5, 6, ОПК-2,4, ПК-1  2 ЗЕТ (72 ч)
Б1.В.ДВ.7	<b>МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС</b> 1. Понятие и содержание международного бизнеса и предпринимательства; мировая экономика как среда международного бизнеса; особенности современной мировой экономики; предмет международного бизнеса, субъекты международного предпринимательства (бизнеса); формы и среду действия международного бизнеса; конъюнктуру,	ОК-2,3, ПК-3,7,11, 13

	<p>конъюнктурообразующие факторы и показатели конъюнктуры международного рынка; международную конкуренцию; виды инновационной деятельности в конкуренции; конкурентные преимущества компаний, детерминанты конкурентного преимущества; международный контракт и условия международных контрактов; правила толкования торговых требований – «ИНКОТЕРМС», классификация условий – «ИНКОТЕРМС 2000»; особенности международных торгов; прямое зарубежное инвестирование; полное и совместное владение зарубежными предприятиями, преимущества и недостатки владения зарубежными предприятиями.</p>	<p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
2.	<p style="text-align: center;"><b>УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЯМ</b></p> <p>Основной целью формирование научных представлений в следующих направлениях: принципы и методы эксплуатации информационных систем (по областям); формирование умений и навыков применения программно-технических средств, CASE-средств; освоение основных принципов организации ИС методов и технологий их использования; приобретение знаний и навыков решения прикладных задач, возникающих при использовании ИС, фактографических и документальных БД; закрепление и расширение знаний студентов в области информационных технологий. Принципы управления изменениями. Сущность и история развития теории организационных изменений. Классификация организационных изменений. Компоненты процесса преобразований в организации. Причины сопротивления изменениям. Виды сопротивлений: социальные и технологические. Методы преодоления сопротивлений изменениям. Модели организационных изменений. Модель изменений К. Левина. Модель управления изменениями Л. Грейнера. Модель «от хорошего к великому» Дж. Коллинза. Жизненный цикл развития технологий на предприятии.</p> <p>Задачи: формирование у студентов следующих знаний: технологий структурного, функционального и объектно-ориентированного анализа ИС; состава, содержания и принципов организации информационного обеспечения ИС; овладение методами и алгоритмами работы с фактографическими БД и приложениями ИС; овладение методами принципами и особенностями использования интегрированных ИС; CASE-средств проектирования ИС.</p>	<p>ОК-3, ОПК-3 ПК-3,5,6</p> <p>2 ЗЕТ (72 ч)</p>
Б1.В.ДВ.8	<p style="text-align: center;"><b>АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО МАРКЕТОЛОГА</b></p> <p>1.</p> <p>Информационные процессы в маркетинге и объективная необходимость их информатизации. Сущность автоматизированного рабочего места маркетолога. Основные способы внедрения АРМ в организациях. Информационное обеспечение автоматизированных информационных систем, рабочих мест и технологий решения задач маркетинга. Программное обеспечение АРМ маркетолога. Функциональные аспекты АРМ маркетолога как элемента автоматизированной системы управления. Электронный офис в маркетинге</p>	<p>ОК-16, 17 ПК-17,20,34</p> <p>3 ЗЕТ (108 ч)</p>
2.	<p style="text-align: center;"><b>РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ</b></p> <p>Основные понятия реинжиниринга бизнес-процессов. Технология реинжиниринга бизнес-процессов. Информационные технологии, поддерживающие управление бизнес-процессами. Виды и содержание анализа анализ бизнес-процессов. Имитационное моделирование бизнес-процессов.</p>	<p>ОК-3, ОПК-2,3,6 ПК-1,2,5,8</p> <p>3 ЗЕТ</p>



		(108 ч)
Б1.В.ДВ.9	<b>ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-5,7,12, 13
1.	Организация коммерческой деятельности. Сущность и содержание коммерческой деятельности; классификация субъектов коммерческой деятельности; организация коммерческой деятельности при прямых связях между производителями и потребителями товаров и услуг; коммерческая деятельности на рынке, осуществляемая через торговые посреднические звенья. Роль банков в коммерческой деятельности; организация и техника операций на биржах, аукционах, торгах, ярмарках; техника проведения операций по торговле лицензиями; контракт купли-продажи, его содержание, подготовка и исполнение; особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства, потребительских товаров и услуг.	4 ЗЕТ (144 ч)
2.	<b>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>	ОК-3, ОПК-5 ПК-4,11-20
	Целью дисциплины является овладение студентами знаниями и навыками в области практики организации бизнеса. Задачами курса являются: раскрыть сущность, принципы, функции и виды предпринимательской деятельности в сфере коммерции; рассмотреть субъекты и объекты предпринимательской деятельности; выявить внутренние и внешние факторы предпринимательской среды; изучить права и обязанности предпринимателей; изучить особенности организации собственного предприятия; изучить организационные основы управления предпринимательской деятельностью в сфере малого бизнеса; овладеть навыками культуры в области предпринимательства.	4 ЗЕТ (144 ч)
Б1.В.ДВ.10	<b>УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ</b>	
1.	Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Контроль, оценка и аудит маркетинга.	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-5,7,13 2 ЗЕТ (72 ч)
2.	<b>ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ</b>	ОК-3, ОПК-3 ПК-3,5,6
	Информация, организация и информационные технологии. Информационные системы организации. Прикладное программное обеспечение создания информационных систем на производственном предприятии. Введение в информационные технологии управления. Общая классификация видов информационных технологий и их реализация в промышленности, административном управлении. Модели информационных процессов передачи, обработки, накопления данных. Системный подход к решению функциональных задач и организации информационных процессов. Особенности новых информационных	2 ЗЕТ (72 ч)

	технологий. Модели, методы и средства их реализации. Управление информационными проектами.	
Б1.В.ДВ.11	<b>СИСТЕМНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	ОК-3, ОПК-2, 4 ПК-5,7,13
1.	Концепция и инструментарий маркетинга в системе эффективного предпринимательства: теоретические аспекты, сущность, содержание, концепция, особенности применения инструментария маркетинга в системе эффективного предпринимательства. Эволюция маркетингового управления и его системных инструментов. Структура потенциала и использование инструментария маркетинга в деятельности фирм. Маркетинг-микс. Системный Трейд-Маркетинг. Инструменты трейд-маркетинга.	3 ЗЕТ (108 ч)
2.	<b>СТРАХОВАНИЕ</b>	ОК-3, ОПК-5 ПК-7,8,11
	Сущность страхования. Классификация в страховании. Формы проведения страхования. Юридические основы страховых отношений. Нормы Гражданского кодекса РФ, регулирующие вопросы страхования и страховой деятельности на территории России. ведомственные акты и нормативные документы страхового надзора. Основы построения страховых тарифов. Состав и структура тарифной ставки. Общие принципы расчета нетто- и брутто-ставки. Понятие финансовой устойчивости страховщиков. Доходы, расходы и прибыль страховщика. Страховые резервы, их виды. Обеспечение платежеспособности страховой компании. Экономическая работа в страховой компании. Предупредительные мероприятия и их финансирование страховой компанией. Необходимость проведения инвестиционной деятельности. Принципы инвестирования временно свободных средств страховщика. Имущественное страхование (морское, авиационное, грузов, другого имущества юридических и физических лиц, технических рисков, строительно-монтажных рисков, имущественных интересов банков, предпринимательских рисков). Страхование ответственности. Страхование гражданской ответственности владельцев средств транспорта. Страхование профессиональной ответственности. Страхование ответственности перевозчиков. Личное страхование. Характеристика основных подотраслей и видов личного страхования. Личное страхование как фактор социальной стабильности общества. Страховой рынок России. Страховая услуга. Продавцы и покупатели страховых услуг. Страховые посредники. Современное состояние страхового рынка России. Мировое страховое сообщество. Тенденции и перспективы его развития. Проблемы взаимодействия российских и иностранных страховщиков.	3 ЗЕТ (108 ч)
Б1.В.ДВ.12	<b>ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА</b>	ОК-4,7, ОПК-1,2,5,6,7 ПК-4,6-9, 13-15
1.	Сущность международного маркетинга. Международная среда. Глобализация экономики и стратегии международного развития. Маркетинговые исследования на мировых рынках. Особенности сегментации. Стратегии выхода на зарубежные рынки. Деятельность транснациональных корпораций (ТНК). Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке. Товарные стратегии в международном маркетинге. Системы товародвижения в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии. Ценообразование в международном маркетинге.	5 ЗЕТ (180 ч)

	<p>Целью освоения учебной дисциплины «Международный маркетинг» является формирование компетенций, направленных на обучение студентов теоретическим основам и практическим методам воздействия на процессы обмена в международной торговле, ознакомление с национальными и культурными особенностями покупательского поведения и использования инструментов маркетинга для анализа и прогнозирования развития международных рынков, стратегий выхода на внешние рынки и продвижения продукции.</p> <p>Учебная дисциплина относится к профессиональному циклу ООП, его вариативной части и опирается на знания и навыки, полученные студентами в ходе изучения общих социально-экономических дисциплин.</p>	
2.	<p style="text-align: center;"><b>ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b></p> <p>Операционный менеджмент и операционная функция в организации. Планирование операций и управление ими. Организация производственного процесса. Стратегии управления производственным процессом.</p> <p>Операционный менеджмент направлен на изучение: теоретических и методических вопросов организации производства на предприятиях; условий и факторов рационального согласования действий работников предприятий при использовании предметов и орудий труда в производственном процессе на основе применения знаний в области техники, экономики и социологии аналитических приёмов и передового опыта, направленных на достижение поставленных целей по выпуску определённых продуктов труда соответствующего качества и количества.</p>	<p>ОК-4, ОПК-1,2,5,6,7 ПК-4,6-9,13-15</p> <p>5 ЗЕТ (180 ч)</p>
Б1.В.ДВ.13	<p style="text-align: center;"><b>ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА</b></p> <p>Роль и место маркетинга в современной экономике, значение маркетинга для производителей, потребителей и общества в целом; концепции бизнеса, содержание и принципы маркетинговой концепции бизнеса; сущность современной философии маркетинга, основные принципы маркетинга; основные понятия маркетинга, взаимосвязь между ними, структурно-логическая схема маркетинговой деятельности компании; структура рыночной среды, виды маркетинговых субъектов и отношений между ними, факторы маркетинговой макросреды, структура внутренней среды компании как фактора маркетинговой деятельности; концепции функционального и интегрированного маркетинга, особенности, содержание и принципы маркетинговой деятельности фирмы; структура процесса маркетинговой деятельности, основные функции маркетинга (аналитическая, креативная, управленческая); их сущность, значение и содержание; структура и содержание комплекса маркетинга: товарная, ценовая, коммуникационная, сбытовая и сервисная политика.</p>	<p>ОК-3, ОПК-2,4 ПК-7</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>
2.	<p style="text-align: center;"><b>ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМ- МЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</b></p> <p>Особенности и направления внешнеэкономической деятельности современных предприятий. Основные виды внешнеэкономической деятельности предприятий. Организационные формы ВЭД. Порядок осуществления внешнеэкономической деятельности. Роль контрактов во внешнеэкономической деятельности предприятия. Инструменты госрегулирования ВЭД. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятия. Современные методы международной торговли. Торго-</p>	<p>ОК-3, ОПК-2,4 ПК-3,7,8,11</p> <p>4 ЗЕТ (144 ч)</p>

	во-посреднические операции на мировом рынке. Основы таможенного дела. Изучение международных рынков. Инструменты международного маркетинга. Информационная база международного маркетинга. Финансирование и кредитование внешнеэкономической деятельности. Цены во внешней торговле. Мировая валютная система. Национальная валютная политика	
--	---	--

Программа учебной практики

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

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
Инженерно-экономического  
факультета,

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»



Подпись

Н.М. Гасанова  
ФИО

профессор  К.А. Гасанов  
Подпись ИОФ

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Дисциплина Б 2.У1 - Учебная практика

для направления 38.03.02 - Менеджмент

по профилю маркетинг

факультет инженерно-экономический

кафедра экономического развития, маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная курс 1 семестр 2

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

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

Зам. зав. кафедрой

подпись

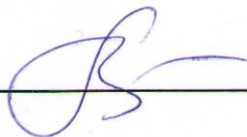


Атуева Э.Б.

ФИО

Начальник УО

подпись



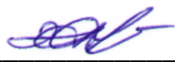
Магомаева Э.В.

ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ООП по направлению 38.03.02 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 15.09.2016 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой  
по данному направлению  
подготовки (профилю)

  
\_\_\_\_\_

**Р.А. Юсуфов**

подпись

**АВТОР ПРОГРАММЫ:**


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

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией по  
укрупненной группе  
специальностей и направления  
подготовки  
380000-«Экономика и  
управление»**

шифр и полное наименование  
направления

**Председатель МК**

  
**Ж.Н. Казиева**  
Иодпись, ИОФ

  
\_\_\_\_\_

## 1. Цели учебной практики

Целью учебной практики является получение первичных профессиональных умений и опыта первичной профессиональной деятельности, а также формирование у обучающихся прочных знаний, полученных по фундаментальным дисциплинам в процессе теоретического обучения; закрепление, расширение, систематизация и обобщение теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин; формирование, развитие и накопление специальных навыков научно-исследовательской работы. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа студентов.

## 2. Задачи учебной практики.

Задачами учебной практики являются:

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

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

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

Учебная практика (Б2.У.1.) предусмотрена ФГОС ВО по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» и входит в базовую часть Блока 2 «Практики» учебного плана. Продолжительность учебной практики 2 недели (3 ЗЕТ/ 108 часов).

Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении профильных дисциплин, предусмотренных учебным планом по направлению : *История, История Дагестана, Философия, Иностранный язык, Правоведение, Институциональная экономика, Этика и культура руководителя, Математика, Информатика, информационные технологии в менеджменте, Основы эконометрики, Современные тенденции и закономерности развития социально-экономических систем.*

В результате изучения данного перечня дисциплин студент должен:

**знать:**

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

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

**уметь:**

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- применять математические методы для решения экономических задач;
- выявлять тенденции развития социально-экономических систем.

**владеть:**

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии;
- навыками литературной и деловой письменной и устной речи;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;
- математическими, методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.

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

**4. Формы проведения учебной практики: стационарная.**

Основной формой учебной практики для бакалавров направления подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг» является непосредственное участие студента в организационном процессе одного из подразделений предприятий/учреждений разных форм собственности и различных организационно-правовых форм. Выбор «сквозного» предприятия для учебной практики и последующих производственных практик позволит собрать информацию и провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать в динамике их результаты в контексте целей и задач организации. В ходе организации учебной практики используются, прежде всего, ознакомительные формы работы – экскурсии, беседы и консультации со специалистами и руково-



дителями профильных подразделений предприятия и руководителем практики от университета, а также сбор информации, характеризующей деятельность предприятия.

#### 5. Место и время проведения учебной практики

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

#### 6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики.

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

##### а) общекультурные (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9).

##### б) общепрофессиональные (ОПК):

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

##### в) профессиональные (ПК):

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-7).

В результате прохождения учебной практики студент должен:

знать:

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;
- основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления;
- основные макро- и микроэкономические показатели;
- основные нормативные правовые документы;
- организация безопасности жизнедеятельности на современном этапе;
- основы математики, необходимые для решения экономических задач;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- закономерности развития социально-экономических систем.

уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- применять математические методы для решения экономических задач;
- выявлять тенденции развития социально-экономических систем.
- обеспечивать безопасность жизнедеятельности в конкретных сложившихся ситуациях;

владеть:

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии;
- навыками литературной и деловой письменной и устной речи;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;
- математическими, методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.
- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- основными методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий катастроф, и стихийных бедствий.

## 7. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетные единицы, что составляет 108 часов

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	<b>Подготовительный этап</b> - закрепление научного руководителя, знакомство практиканта с программой прохождения практики, выдача заданий на практику, инструктаж по технике безопасности.	2	2	8	Ведомость инструктажа по ТБ, задание на практику
2	<b>Ознакомительный этап</b> - знакомство практиканта с историей создания и уставом организации, ознакомление с трудовым распорядком, изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта, организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников т.п., сбор материала для исследования. Ознакомительная лекция по организации научно-исследовательской работы.	2	2	8	Дневник по практике
3	<b>Аналитический этап</b> - проведение необходимых расчетов по теме исследования, анализ собранных материалов, обсуждение с руководителем проделанной части работы Научно-исследовательская работа – сбор информации по теме научного исследования	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<b>Отчетный этап</b> - обработка и анализ полученной информации, выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений, подготовка и оформление отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, дневник
5	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика
	<b>ИТОГО</b>	6	24	78	

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

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

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

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

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по учебной практике основано на :

1. ФГОС ВО по направлению подготовке 38.03.02 – Менеджмент, степень - бакалавр
2. Методические рекомендации по разработке программ всех видов практик бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» [Текст] / Государственный университет управления, Центр качества; [сост. О.В. Давыдова, В.И. Звонников] – М.: ГУУ, 2014. – 47 с.
3. Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Дагестанский государственный технический университет».
4. Основная и дополнительная учебная литература.
5. Формы отчетной документации по практике (договоры, дневники, отзывы руководителя). Перед прохождением практики студенты получают на кафедре маркетинга и бизнеса методические рекомендации.

Студенты в рамках учебной практики самостоятельно должны освоить следующие разделы:

1. Общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые при прохождении практики (приведены в пункте 6).
2. Этапы прохождения практики (приведены в пункте 7).
3. Индивидуальное задание по профилю.
4. Оформление результатов практики
5. Подведение итогов практики (выводы по практике).

### 9.1. Перечень тем научно-исследовательской работы студентов:

1. Методы измерения процессов в социально-экономических системах
2. Законы естественно - исторического развития социально-экономических систем.
3. Неустойчивость денежных форм измерения развития в социально-экономических сис-

темах.

4. Система показателей, характеризующих устойчивое развитие социально-экономических систем.
5. Мировая экономика: сущность, основные этапы формирования и современные тенденции развития
6. История экономических систем
7. Классификация экономических систем: типы
8. Понятие, сущность и структура экономической системы общества
9. Современные экономические системы: классическая рыночная, командная и смешанная экономика
10. Закономерности развития экономических систем. Формационный и цивилизационный подходы
11. Проблемы формирования экономической системы России.
12. Современные классификации экономических систем (традиционная, рыночная, командная, смешанная), их общая характеристика и сравнительный анализ
13. Типы и модели экономических систем
14. Понятие неопределенности экономических систем и подходы к ее оценке
15. Современная экономическая система и тенденции ее развития в начале третьего тысячелетия
16. Новые тенденции в эволюции собственности
17. Основные закономерности развития экономической системы в конце XXв-начале XXIв.
18. Цикличность развития экономики.
19. Информатизация экономики
20. Инструменты денежно-кредитного регулирования экономики.
21. Потребительский выбор.
22. Формирование спроса и предложения.
23. Понятие и виды конкуренции.
24. Виды и формы собственности.
25. Сущность и функции денег.
26. Производственные фонды предприятия.
27. Субъекты и объекты предпринимательства.
28. Формирование издержек производства.
29. Финансовый результат предприятия.
30. Стоимость, цена и предложение.
31. Инвестиции и инвестиционная политика государства.
- 32.оборотные средства предприятия.
33. Показатели и виды инфляции.
34. Финансовые функции современного государства.
35. Налоговая система Российской Федерации.
36. Сущность и направления экономической политики государства.
37. Мировая валютная система и этапы ее развития.
38. Развитие предпринимательства в РФ.
39. Исторические этапы развития экономической мысли.
40. Пути выхода из экономического кризиса.
41. Россия и ВТО.

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

#### **1 этап**

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

#### **2 этап**

1. Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта

2. Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.
3. Сбор материала по теме исследования

### **3 этап**

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

### **4 этап**

1. Обработка полученной информации и выработка на основе проведенного исследования выводов и предложений
2. Подготовка и оформление отчета по практике

### **5 этап**

1. Защита отчета и результатов научно-исследовательской работы.

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

#### **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

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

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

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

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

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

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

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

- оценка «удовлетворительно» – выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике

или в отчете не в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от вуза;

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

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

#### 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Зав. библиотекой



#### Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
а) Основная						
	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
	СРС	Экономика предприятия : учебник для вузов / [- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование).	И.Э. Берзинь [и др.]; под ред. С.Г. Фалько	М. : Дрофа, 2006. .	100	1
	ТО	Экономическая теория : учебник	Николаева И.П.	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.	1	1
	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Маркова В.Д.	М.: Омега-Л, 2007.	1	1
	СРС	Маркетинг: Учеб.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009.	1	1
	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1

	СРС	Маркетинг менеджмент. ibooks.ru	Котлер Ф., Келлер К. Л.	СПб. : Питер, 2007	-	2
	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов	Алексунина В.А.	М. : Дашков и К, 2009.	15	3
	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	-	1
	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2002.	3	1
	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие	Панкрухин Д.П.	М.: ИНФРА-М, 2009.	1	1
	СРС	Маркетинг: практика проведения исследования	Лашкова Е.Г.	М.: Академия, 2008.	15	1
		Маркетинговые исследования: Учеб. пособие	Дубровин И.А.	М.: Дашков и К, 2009. – 496 с.	10	1
	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fero.ru">http://www.fero.ru</a>				
	СРС	ibooks.ru				
	СРС	<a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a> .				
	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации <a href="http://www.правительство.рф">www.правительство.рф</a>				
	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru/">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				
	СРС	<a href="http://www.nlr.ru/">www.nlr.ru/</a> Российская национальная библиотека.				
	СРС	<a href="http://www.nns.ru/">www.nns.ru/</a> Национальная электронная библиотека				
	СРС	<a href="http://www.rsl.ru/">www.rsl.ru/</a> Российская государственная библиотека.				
	СРС	<a href="http://www.nta-rus.com">www.nta-rus.com</a> - Национальная Торговая Ассоциация				
	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> - Информационно-аналитический портал				
	СРС	<a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a> - Энцик-				



		лопедия маркетинга				
	СРС	www.ime-link.ru - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
	СРС	www.4p.ru - маркетинг				
	СРС	www.marketolog.ru - маркетолог				
1.		Журнал «Практический маркетинг»				
2.		Бизнес-образование				
3.		Маркетинг				
4.		Проблемы теории и практики управления				
5.		Российский журнал менеджмента				
6.		Маркетинг и маркетинговые исследования				

## 12. Материально-техническое обеспечение учебной практики.

МТО включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика):
- компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет:
- аудитории, оборудованные проекционной техникой:
- программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access):
- тесты: обучающие и контролирующие:
- дополнительный раздаточный материал к практическим занятиям.
- исходная информация и методические рекомендации к решению задач

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профилю «Маркетинг».

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



**А.К. Абдурашидова**



Программа первой производственной практики

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

РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ

Декан, председатель совета  
Инженерно-экономического  
факультета,

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»



Подпись

Н.М. Гасанова  
ФИО

профессор  К.А. Гасанов  
Подпись ИОФ

ПРОГРАММА ПЕРВОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Дисциплина Б 2.П.1 – Первая производственная практика

для направления 38.03.02 - Менеджмент

по профилю Маркетинг

факультет инженерно-экономический

кафедра экономического развития, маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная курс 2 семестр 4

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

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

Зам. зав. кафедрой

подпись



Атуева Э.Б.  
ФИО

Начальник УО

подпись



Магомаева Э.В.  
ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ООП по направлению 38.03.02 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 15.09.2016 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой  
по данному направлению  
подготовки (профилю)



**Р.А. Юсупов**

подпись

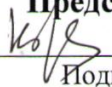
**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией по  
укрупненной группе  
специальностей и направления  
подготовки**

**380000-«Экономика и  
управление»**

шифр и полное наименование  
направления

**Председатель МК**

 **Ж.Н. Казиева**  
подпись, ИОФ

**АВТОР ПРОГРАММЫ:**

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



## 1. Цель первой производственной практики бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент

Цель первой производственной практики в 4 семестре состоит в закреплении и углублении компетенций, достигнутых студентами в процессе обучения, овладение системой профессиональных умений и компетенций и первоначальным опытом профессиональной деятельности по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилем «Маркетинг» и являются:

закрепление и углубление теоретических знаний по теории экономики, основам коммерческой деятельности; основам предпринимательства и бизнеса;

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

## 2. Задачи первой производственной практики направления 38.03.02 – Менеджмент

Задачами первой производственной практики являются:

изучение научной, учебно-методической и периодической литературы, нормативно-справочной и правовой информации по теории и практике исследуемой проблемы;

анализ существующего в организации положения дел, эволюции во времени, оценка и диагностика состояния проблемы;

ознакомление со спецификой работы организации (предприятия), его структурой, основными функциями производственных и управленческих подразделений;

изучение внешних и внутренних нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность организации (предприятия);

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

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

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

участие в организации и проведении маркетинговых исследований;

изучение методов повышения эффективности общественно-полезной деятельности предприятия (организации). освоение методов изучения конъюнктуры рынка, характеризующейся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объемами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления;

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

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

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

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

### 3. Место первой производственной практики в структуре ООП бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент

Практика студентов по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВО по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» и входит в базовую часть Блока 2 «Практики» учебного плана. Продолжительность производственной практики 4 недели (4 и 6 семестры - 6 ЗЕТ/ 216 часов), из них первая производственная практика (Б.2П.1) проводится в 4 семестре - 2 недели - 3 ЗЕТ/ 108 часов

При прохождении данной практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по профилю «Маркетинг».

Производственная практика бакалавра базируется на основании следующих дисциплин: основы социального государства, деловой иностранный язык, институциональная экономика, математика, статистика, информационные технологии в менеджменте, информационные технологии в маркетинге, основы математического моделирования социально-экономических процессов, социально-экономическая география и регионалистика..

В результате изучения данного перечня дисциплин студент должен:

знать:

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

основные нормативные правовые документы;

уметь:

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

проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели;

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

использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;

владеть:

экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства;

навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;

навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики, маркетинга и бизнеса.

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

#### 4. Формы проведения первой производственной практики по направлению 38.03.02 – Менеджмент

Основными формами проведения первой производственной практики являются: стационарная, выездная и др.

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

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

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

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

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

#### 5. Место и время проведения первой производственной практики по направлению 38.03.02 – Менеджмент

В соответствии с учебным планом и положением о порядке проведения практики студентов, первая производственная практика проводится в 4 семестре в организациях, предприятиях РД различной формы собственности.

Объекты практики соответствуют направлению, профилю подготовки и содержанию производственной практики и позволяют осуществлять маркетинговую деятельность, предусмотренную программой. Базами учебной практики являются: Маркетинговый Центр Дагестан-Москва, ОАО «Махачкалинский Мясокомбинат» и другие организации и предприятия города Махачкалы. Объект практики устанавливается кафедрой маркетинга и бизнеса отдельно каждому студенту.

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

заместителя директора по маркетингу, начальника отдела маркетинга, специалиста по маркетингу и др.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения первой производственной практики

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

- а) общекультурных (ОК):

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

б) общепрофессиональных (ОПК):

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

в) профессиональных (ПК):

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-7);



владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-8).

#### 7. Структура и содержание первой производственной практики

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

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	Подготовительный этап: Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	2	2	8	Запись в дневнике практики
2	Производственный этап: Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
3	Аналитический этап: Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике,	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	Отчетный этап: Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>78</b>	

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

- I. Общая характеристика предприятия:  
история развития предприятия;

изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;

организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала;

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

цели, задачи, миссия предприятия;

степень механизации и автоматизации производства и процессов управления;

уровень специализации, кооперирования и концентрации производства;

производственная структура предприятия (технологический аспект);

стратегия и тактика управления предприятием;

уровень организационной культуры;

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

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

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

основные показатели по производству,

показатели по труду и заработной плате,

эффективность использования основных фондов,

эффективность использования оборотных средств,

уровень и динамика финансовых результатов и финансового состояния,

факторы, определяющие решения по ценам;

определение цен на новые изделия;

ценовая политика, ценовые стратегии.

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

организационная структура управления маркетинговой деятельностью предприятия;

характер организационных отношений между структурными подразделениями;

задачи службы маркетинга;

система организации службы маркетинга;

профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров отдела маркетинга;

процесс подбора кадров руководителей и специалистов;

система материального и морального стимулирования;

функции управленческого персонала службы маркетинга;

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

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

система оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;

эффективность и экономичность структуры управления маркетингом, механизмы ее совершенствования.

Отчет по этому разделу студент должен дополнить схемами организационных структур управления маркетингом предприятия. Студент должен обосновать основные меро-

приятия по совершенствованию организационной структуры службы маркетинга предприятия.

#### IV. Информационно-аналитическая деятельность:

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

анализ маркетинговой среды фирмы;

структура и функции маркетинговой информационной системы (МИС);

массивы информации;

коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);

характеристика общей схемы информационных потоков в организации;

информационный процесс (передача, преобразование, хранение, оценка и использование информации);

средства передачи и преобразования информации;

механизм определения конъюнктуры рынка, ранжирования рынков по определенным критериям и выбора наиболее перспективных целевых рынков для данного предприятия;

сегментация рынка и выбор целевых сегментов;

изучение поведения потребителей и способы воздействия на них;

изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциала, слабые и сильные стороны, реальные и потенциальные возможности.

#### V. Товарно-производственная деятельность:

принципы планирования и формирования товарной политики;

управление качеством товара;

стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;

инновационная политика, поиск и разработка идей по созданию нового товара и др.

ассортиментная политика предприятия и направления его ассортиментной стратегии;

анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов и готовой продукции;

характеристика технологической системы производства (технологические процессы, хранение, упаковка, транспортирование);

характеристика влияния технологических процессов на качество готовой продукции, установление причин возникновения брака (дефектов) и методы его устранения;

потребительская и транспортная тара, используемая на предприятии;

санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях;

номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия;

структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента;

широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции, выпускаемой предприятием.

стандартные требования, предъявляемые к качеству выпускаемой продукции, методы их оценки; роль лаборатории предприятия для повышения качества готовой продукции;

организация и порядок проведения сертификации продукции, выпускаемой предприятием; требования санитарных правил и норм к безопасности продукции; сертификат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

#### VI. Сбытовая деятельность предприятия:

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

#### VII. Коммуникационная деятельность предприятия:

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

#### 8. Образовательные, научно-исследовательские и научно- производственные технологии, используемые при прохождении первой производственной практики

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

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

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

1. ФГОС ВО по направлению подготовке 38.03.02 – Менеджмент, степень-бакалавр  
Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном госу-

дарственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дагестанский государственный технический университет».

2. Методические рекомендации по разработке программ всех видов практик бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» [Текст] / Государственный университет управления, Центр качества; [сост. О.В. Давыдова, В.И. Звонников] – М.: ГУУ, 2014. – 47 с.
3. Методические указания и программа прохождения производственной практики студентами направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль – «Маркетинг» / Сост. Э.Б. Атуева, Т.А. Камалова. – Махачкала: ДГТУ, 2013.
4. Основная и дополнительная учебная литература.
5. Формы отчетной документации по практике (договоры, дневники, отзывы руководителя). Перед прохождением практики студенты получают на кафедре маркетинга и бизнеса методические рекомендации.

Студенты при прохождении практики обязаны:

качественно и полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;

выполнять установленные в организации правила внутреннего распорядка или распорядка, установленного руководителем практики;

представлять руководителю практики отчет о выполнении заданий;

собирать и обобщать необходимый материал для отчета по практике.

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

1 этап

1. Ознакомление с программой производственной практики

2. Правила техники безопасности.

2 этап

Изучению истории, состояния и перспектив развития исследуемого объекта

Изучение должностных обязанностей сотрудников т.п.,

Сбор материала по теме исследования

3 этап

1. Проведение необходимых расчетов по выданному заданию и теме исследования.

2. Анализ собранных материалов

3. Выявление современных тенденций развития социально-экономических систем

4 этап

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

2. Подготовка и оформление отчета по первой производственной практике.

5 этап

1. Защита отчета и результатов работы на предприятии.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

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

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

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

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

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

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

По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

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

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

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

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение первой производственной практики

Зав. библиотекой



#### Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
а) Основная						
7.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения ibooks.ru	Васильцова В., Тертышный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
8.	СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт	Васильцова В., Тертышный	СПб. : Питер, 2012.	-	1

		третьего поколения ibooks.ru	ный С.			
9.	СРС	Экономика предприятия : учебник для вузов / [- 3-е изд., стереотип. - (Высшее образование).	И.Э. Берзинь [и др.]; под ред. С.Г. Фалько	М. : Дрофа, 2006. .	100	1
10.	ТО	Экономическая теория : учебник	Николаева И.П.	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.	1	1
11.	СРС	Маркетинг менеджмент - 12-е изд.	Маркова В.Д.	М.: Омега-Л, 2007.	1	1
12.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.	СПб.: Питер, 2009.	1	1
13.	СРС	Маркетинг: Учеб.	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	М.: Дашков и К, 2009. – 552 с.	5	1
14.	СРС	Маркетинг менеджмент. ibooks.ru	Котлер Ф., Келлер К. Л.	СПб. : Питер, 2007	-	2
15.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов	Алексунина В.А.	М. : Дашков и К, 2009.	15	3
б) Дополнительная						
16.	СРС	Система управления качеством подготовки специалистов в Дагестанском государственном техническом университете	Исмаилов Т.А., Азаев М.Г., Гасанов К.А.	Махачкала, ДГТУ. 2005	-	1
17.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2002.	3	1
18.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие	Панкрухин Д.П.	М.: ИНФРА-М, 2009.	1	1
19.	СРС	Маркетинг: практика проведения исследования	Лашкова Е.Г.	М.: Академия, 2008.	15	1
20.		Маркетинговые исследования: Учеб. пособие	Дубровин И.А.	М.: Дашков и К, 2009. – 496 с.	10	1
в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:						
21.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
22.	СРС	ibooks.ru				
23.	СРС	<a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a> .				
24.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации <a href="http://www.правительство.рф">www.правительство.рф</a>				
25.	СРС	Официальный сайт Министер-				

		ства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
26.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
27.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru/">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				
28.	СРС	<a href="http://www.nlr.ru/">www.nlr.ru/</a> Российская национальная библиотека.				
29.	СРС	<a href="http://www.nns.ru/">www.nns.ru/</a> Национальная электронная библиотека				
30.	СРС	<a href="http://www.rsl.ru/">www.rsl.ru/</a> Российская государственная библиотека.				
31.	СРС	<a href="http://www.nta-rus.com">www.nta-rus.com</a> - Национальная Торговая Ассоциация				
32.	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> - Информационно-аналитический портал				
33.	СРС	<a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a> - Энциклопедия маркетинга				
34.	СРС	<a href="http://www.ime-link.ru">www.ime-link.ru</a> - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»				
35.	СРС	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a> - маркетинг				
36.	СРС	<a href="http://www.marketolog.ru">www.marketolog.ru</a> - маркетолог				
г) Периодические издания:						
37.		Журнал «Практический маркетинг»				
38.		Бизнес-образование				
39.		Маркетинг				
40.		Проблемы теории и практики управления				

12. Материально-техническое обеспечение первой производственной практики МТО включает в себя:

библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика):

компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет: программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access):

тесты: обучающие и контролирующие:

дополнительный раздаточный материал к занятиям.

исходная информация и методические рекомендации к решению задач

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профилю «Маркетинг».

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



А.К. Абдурашидова





Программа второй производственной практики

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

РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ

Декан, председатель совета  
Инженерно-экономического  
факультета,

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»



Подпись

Н.М. Гасанова  
ФИО

профессор  К.А. Гасанов  
Подпись ИОФ

ПРОГРАММА ВТОРОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Дисциплина Б2.П2.- Вторая производственная практика

для направления 38.03.02 - Менеджмент

по профилю «Маркетинг»

факультет инженерно-экономический

кафедра экономического развития, маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная \_\_\_\_\_ курс 3 семестр 6

Всего продолжительность практики (в неделях) 2 недели

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

Зам. зав. кафедрой \_\_\_\_\_

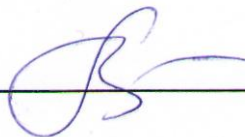
подпись



Атуева Э.Б.  
ФИО

Начальник УО \_\_\_\_\_

подпись



Магомаева Э.В.  
ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ООП по направлению 38.03.02 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 15.09.2016 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой  
по данному направлению  
подготовки (профилю)



\_\_\_\_\_ подпись

**Р.А. Юсуфов**

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией по  
укрупненной группе  
специальностей и направления  
подготовки**

**380000-«Экономика и  
управление»**

шифр и полное наименование  
направления

**Председатель МК**

 **Ж.Н. Казиева**

\_\_\_\_\_ Подпись, ИОФ

**АВТОР ПРОГРАММЫ:**

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



## 1. Цель второй производственной практики бакалавриата

38.03.02. – Менеджмент

Цель второй производственной практики состоит в закреплении и углублении компетенций, достигнутых студентами в процессе обучения, овладение системой профессиональных умений и компетенций и первоначальным опытом профессиональной деятельности по направлению обучения, обобщение теоретических знаний и приобретение студентами практических навыков работы, получение углубленных знаний по направлению обучения.

## 2. Задачи второй производственной практики бакалавриата 38.03.02. – Менеджмент

Задачами второй производственной практики являются:

- изучение научной, учебно-методической и периодической литературы, нормативно-справочной и правовой информации по теории и практике исследуемой проблемы;
- анализ существующего в организации положения дел, эволюции во времени, оценка и диагностика состояния проблемы;
- ознакомление со спецификой работы организации (предприятия), его структурой, основными функциями производственных и управленческих подразделений;
- изучение внешних и внутренних нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность организации (предприятия);
- ознакомление с организацией обработки информационных массивов и потоков с использованием современных компьютерных технологий и телекоммуникационных систем, изучение используемых на предприятии средств программного обеспечения;
- формирование у студентов навыков практической работы посредством участия в повседневной деятельности служб и подразделений организации (предприятия).
- ознакомиться с общими принципами организации и структурой управления финансами в компании;
- провести анализ внешней (органы государственной и муниципальной власти, поставщики, клиенты, конкуренты) и внутренней среды компании;
- ознакомиться с системой информационного обеспечения в компании и технологиями информационной поддержки принятия управленческих решений в области финансов;
- определить и проанализировать сущность, цель и задачи финансовых подразделений в компании;
- изучение организационно-функциональной структуры и содержания работы структурных подразделений организации, а также финансовых служб предприятий;
- приобретение практических навыков работы в соответствующих организациях с выполнением обязанностей экономиста, менеджера;

## 3. Место второй производственной практики в структуре ООП бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент

Практика студентов по направлению 38.03.02 - Менеджмент является составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал всех изученных дисциплин для написания курсовых работ, рефератов, а также научно-исследовательских работ по проблемам теории и практики управления развитием социально-экономических систем.

Производственная практика (Б2.П.) предусмотрена ФГОС ВО по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» и входит в базовую часть Блока 2 «Практики» учебного плана. Продолжительность производственной практики 4 недели (4 и 6 семестры - 6 ЗЕТ/ 216 часов), из них вторая производственная практика – 2 (Б.2П.2) проводится в 6 семестре - 2 не-

дели - 3 ЗЕТ/ 108 часов

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал и методы всех дисциплин, изученных к моменту прохождения практики. Результаты, полученные на практике, используются при дальнейшем изучении дисциплин специализации, предусмотренных учебным планом по профилю «Маркетинг».

#### 4. Формы проведения второй производственной практики бакалавриата 38.03.02. – Менеджмент

Основными формами проведения второй производственной практики являются: стационарная, выездная и др.

Следовательно, формой проведения производственной практики для бакалавров направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» является активная производственная практика на предприятиях и организациях. В ходе организации производственной практики используются экскурсии, беседы и консультации со специалистами и руководителями профильных подразделений предприятия и руководителем практики от университета, а также сбор информации, характеризующей деятельность предприятия. Студенты выступают в роли исполнителей работ, связанных с управлением маркетинговой деятельностью предприятия; самостоятельной работой с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами; помощью должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов; выполнением служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

#### 5. Место и время проведения второй производственной практики 38.03.02. – Менеджмент

В соответствии с учебным планом и положением о порядке проведения практики студентов, вторая производственная практика проводится в 6 семестре в организациях, предприятиях РД различной формы собственности.

#### 6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения второй производственной практики

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

##### а) общекультурных (ОК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

##### б) общепрофессиональных (ОПК):

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести пе-

реговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

в) профессиональных (ПК):

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

Вторая производственная практика направления подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг» базируется на основании изучения дисциплин учебного плана: *теория менеджмента: теория менеджмента (история управленческой мысли, организационное поведение, теория организации); маркетинг; учет и анализ; финансовый менеджмент; управление изменениями; инвестиционный анализ; цены и рыночная конъюнктура; маркетинговые исследования; промышленный маркетинг; планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка.*

В результате изучения данного блока дисциплин студент должен:

*знать:*

- методы реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основы маркетинга в компании;
- принципы организации системы управления финансами в компании;
- цель и задачи финансового менеджера в компании;
- принципы и методы составления финансовой и управленческой отчетности;
- принципы и методы финансового анализа;
- методы оценки эффективности финансово-инвестиционных решений;

- факторы, влияющие на положение компании на рынке;
- финансовые инструменты, используемые в практике деятельности российских компаний;
- навыки деловых коммуникаций;
- методики оценки конкурентоспособности товара и предприятия.

*уметь:*

- разрабатывать программы организационных изменений и оценивать их эффективность;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений в области финансов;
- рассчитывать показатели эффективности капиталовложений предприятия;
- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации финансирования деятельности предприятия;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат и принимать обоснованные управленческие решения в области финансов на основе данных управленческого учета;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат и принимать обоснованные управленческие решения в области финансов на основе данных управленческого учета;
- выявлять и оценивать факторы риска, специфические для конкретной сферы деятельности;
- проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации маркетинговой деятельности предприятия.

*владеть:*

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

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

7. Структура и содержание второй производственной практики

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

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	<b>Подготовительный этап:</b> Ознакомление с организацией (предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.	2	2	8	Запись в дневнике практики
2	<b>Производственный этап:</b> Выполнение производственных заданий, сбор аналитического материала по теме выпускной квалификационной работы: исследование хозяйственной, операционной и финансовой деятельности, проведение маркетингового анализа, обработка и систематизация фактического и литературного материала	2	2	8	дневник по практике
3	<b>Аналитический этап:</b> Обобщение собранного материала, разработка рекомендаций по совершенствованию и развитию предприятия, подготовка отчета по практике	2	16	30	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<b>Отчетный этап:</b> Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике	-	2	28	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	-	2	4	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>78</b>	



## Содержание практики

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

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

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

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

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

3. Ознакомление с организационной структурой анализируемого предприятия. При этом студент должен рассмотреть основные преимущества и недостатки применяемой организационной структуры, охарактеризовать функции и процесс управления, выделить управляющую и управляемую часть организации. Так же следует узнать: в чьем подчинении находится данное предприятие; имеются ли у него обособленные структурные подразделения, аффилированные лица; порядок взаимоотношения между обособленными подразделениями; с использованием какой модели происходит принятие управленческих решений («сверху вниз», «снизу вверх» либо «смешанная»).

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

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

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

### 3. Исследование информационно-аналитической деятельности:

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

### 4. Анализ операционной деятельности предприятия:

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

### 5. Анализ товарно-производственной деятельности:

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

фикат соответствия, гигиенический сертификат; их значение и содержание, порядок выдачи; роль сертификации в повышении конкурентоспособности товаров.

6. Анализ сбытовой деятельности предприятия:

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

7. Анализ коммуникационной деятельности предприятия:

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

### **3 раздел – аналитический.**

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

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

- провести маркетинговое исследование рынка с целью получения информации для принятия управленческих решений;
- провести анализ конкурентной среды предприятия с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации и других факторов;
- выявить требования потребителей к качественным характеристикам товаров (услуг), которые производит данное предприятие; определить формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
- предложить варианты идей по организации производства новых товаров (услуг) для данного предприятия, обосновать их;
- провести анализ каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж, существующих на данном предприятии. Разработать рекомендации по их совершенствованию;

- провести оценку политики ценообразования на данном предприятии. Предложить мероприятия по ее совершенствованию;
- разработать систему мероприятий по формированию коммуникационной политики предприятия;
- разработать предложения по совершенствованию деятельности службы (отдела) маркетинга на предприятии. Отразить роль службы маркетинга в деятельности предприятия и показать ее взаимосвязь с другими функциональными подразделениями;
- разработать мероприятия по повышению эффективности продаж товаров (услуг) на предприятии;
- разработать проект рекламной кампании (новой) продукции предприятия.

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

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

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

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

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

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

1. Положение об организации и проведении практик студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дагестанский государственный технический университет».
2. Методические указания к прохождению преддипломной практики студентами направления подготовки бакалавров 080200.62 – Менеджмент, профиль – «Маркетинг» / Сост. Э.Б. Атуева, З.Р. Мурадова. – Махачкала: ДГТУ, 2014.
3. Основная и дополнительная учебная литература.

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

#### **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

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

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

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

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

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

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

По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

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

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

**11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики**  
Зав. библиотекой



**Рекомендуемая литература и источники информации**

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

		гестанском государственном техническом университете	Гасанов К.А.	2005		
16.	СРС	Маркетинг в отраслях и сферах: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп.	Алексунин В.А.	М.: Дашков и К 2002.	3	1
17.	СРС	Маркетинг: Учеб. пособие	Панкрухин Д.П.	М.: ИН-ФРА-М, 2009.	1	1
18.	СРС	Маркетинг: практика проведения исследования	Лашкова Е.Г.	М.: Академия, 2008.	15	1
19.		Маркетинговые исследования: Учеб. пособие	Дубровин И.А.	М.: Дашков и К, 2009. – 496 с.	10	1
<b>в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:</b>						
20.	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
21.	СРС	<a href="http://ibooks.ru">ibooks.ru</a>				
22.	СРС	<a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com.</a>				
23.	СРС	официальный сайт Правительства Российской Федерации <a href="http://www.правительство.рф">www.правительство.рф</a>				
24.	СРС	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a> .				
25.	СРС	официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ – <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> .				
26.	СРС	<a href="http://www.gpntb.ru">www.gpntb.ru/</a> Государственная публичная научно-техническая библиотека				
27.	СРС	<a href="http://www.nlr.ru">www.nlr.ru/</a> Российская национальная библиотека.				
28.	СРС	<a href="http://www.nns.ru">www.nns.ru/</a> Национальная электронная библиотека				
29.	СРС	<a href="http://www.rsl.ru">www.rsl.ru/</a> Российская государственная библиотека.				
30.	СРС	<a href="http://www.nta-rus.com">www.nta-rus.com</a> - Национальная Торговая Ассоциация				
31.	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> - Информационно-аналитический портал				

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

## 12. Материально-техническое обеспечение производственной практики

МТО включает в себя:

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профилю «Маркетинг».

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



**А.К. Абдурашидова**





Программа преддипломной производственной практики

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

**РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ**

Декан, председатель совета  
Инженерно-экономического  
факультета,



Подпись

Н.М. Гасанова  
ФИО

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»

профессор  К.А. Гасанов  
Подпись ИОФ

**ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Дисциплина Б2.П.3. - Преддипломная практика

для направления) 38.03.02 - Менеджмент

по профилю «Маркетинг»

факультет инженерно-экономический

кафедра экономического развития, маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, заочная курс 4 семестр 8

Всего продолжительность практики (в неделях) 4 недели

Трудоемкость (в зачетных единицах) 6 ЗЕТ (216 часов)

Зам. зав. кафедрой

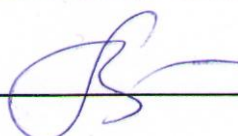
подпись



Атуева Э.Б.  
ФИО

Начальник УО

подпись



Магомаева Э.В.  
ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ООП по направлению 38.03.02 – Менеджмент и профилю подготовки «Маркетинг».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 15.09.2016 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой  
по данному направлению  
подготовки (профилю)



\_\_\_\_\_ Р.А. Юсуфов  
подпись

**ОДОБРЕНО:**

**АВТОР ПРОГРАММЫ:**

**Методической комиссией по  
укрупненной группе  
специальностей и направления  
подготовки**

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

**380000-«Экономика и  
управление»**

шифр и полное наименование  
направления

**Председатель МК**

 Ж.Н. Казиева  
Иодпись, ИОФ



## 1. Цель преддипломной практики

Цель преддипломной практики состоит в закреплении и углублении компетенций, достигнутых студентами в процессе обучения, овладение системой профессиональных умений и компетенций и первоначальным опытом профессиональной деятельности по направлению обучения. обобщение теоретических знаний и приобретение студентами практических навыков работы, подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы; получение углубленных знаний по направлению обучения, а также накопление материала для последующего выполнения выпускной квалификационной работы.

## 2. Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики являются:

- изучение организационно-функциональной структуры и содержания работы структурных подразделений организации, а также финансовых служб предприятий;
- приобретение практических навыков работы в соответствующих организациях с выполнением обязанностей экономиста, менеджера;
- собрать информацию, необходимую для подготовки практической части выпускной квалифицированной работы, приобрести навыки по их обработке и анализу;
- получить и обобщить данные, подтверждающие выводы и основные положения выпускной квалифицированной работы, апробировать ее важнейшие результаты и предложения.

## 3. Место преддипломной практики в структуре ООП бакалавриата

38.03.02. – Менеджмент

Практика студентов по направлению 38.03.02 - Менеджмент является составной частью учебного процесса и имеет целью закреплении и углубление компетенций, достигаемых студентами в процессе обучения, приобретение необходимых навыков практической работы по изучаемому направлению обучения.

При прохождении практики студент должен грамотно использовать теоретический, практический материал всех изученных дисциплин для написания выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика (Б2.П.3) предусмотрена ФГОС ВО по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» и входит в базовую часть Блока 2 «Практики» учебного плана. Продолжительность преддипломной практики 4 недели (8 семестр - 6 ЗЕТ/ 216 часов).

## 4. Формы проведения преддипломной практики бакалавриата

38.03.02 – Менеджмент

Основными формами проведения преддипломной практики являются: стационарная, выездная и др., а также:

- самостоятельная работа с нормативными актами и служебными документами, регламентирующими деятельность принимающей организации;
- помощь должностным лицам в подготовке и исполнении служебных документов;
- по поручению руководителей практики работа с аналитическими, статистическими и другими информационными материалами и документами;
- выполнение служебных поручений должностных лиц принимающей организации и руководителя практики.

## 5. Место и время проведения преддипломной практики

В соответствии с учебным планом и положением о порядке проведения практики студентов, преддипломной практика проводится в 8 семестре в организациях, предприятиях РД различной формы собственности. Студенты направляются на место практики в соответствии с договорами, заключенными университетом с предприятиями и организациями, либо по заявкам предприятий.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

Процесс прохождения преддипломной практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных (ОК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

в) профессиональных (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых

- рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6).

Знания, полученные в рамках изучения дисциплин направления подготовки 38.03.02.- Менеджмент в соответствии с профилем обучения, позволяют обучающемуся в ходе прохождения преддипломной практики использовать их в целях:

- диагностики деятельности организации в современных условиях хозяйствования;
- разработки вариантов управленческих решений и обоснования выбора оптимального, исходя из критериев социально-экономической эффективности;
- применения методов научной организации труда и организационного проектирования,
- проведения анализа основных экономических и политических событий в муниципальном образовании и регионе;
- нахождения и использования информации, необходимой для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;
- проведения практических исследований социально-экономической обстановки, оценки стиля и методов руководства экономическими службами и подразделениями; самостоятельного принятия решения по вопросам совершенствования экономической работы и организации управления;
- разработки вариантов управленческих решений и обоснования их выбора по критериям социально-экономической эффективности;
- использования практических навыков по культуре и технике ведения дискуссий, приемов воздействия на аудиторию;
- использования опыта государственного и муниципального управления,
- использования информационных технологий в целях обеспечения управленческой деятельности и др.

В результате прохождения преддипломной практики студент должен знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- принципы организации системы управления финансами в компании;
- цель и задачи финансового менеджера в компании;
- принципы и методы составления финансовой и управленческой отчетности;
- принципы и методы финансового анализа;
- методы оценки эффективности финансово-инвестиционных решений;
- факторы, влияющие на положение компании на рынке;
- финансовые инструменты, используемые в практике деятельности российских компаний;

уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- рассчитывать основные финансовые показатели эффективности деятельности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его ре-

- зультаты для подготовки управленческих решений в области финансов;
- рассчитывать показатели эффективности капиталовложений предприятия;
  - проводить анализ целесообразности использования различных инструментов для организации финансирования деятельности предприятия;
  - оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат и принимать обоснованные управленческие решения в области финансов на основе данных управленческого учета;
  - выявлять и оценивать факторы риска, специфические для конкретной сферы деятельности.

владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- методами управления операциями;
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методами оптимизации структуры капитала предприятия;
- навыками деловых коммуникаций.

7. Структура и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц - 216 часов, в 8 семестре.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость видов учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			Формы текущего контроля
		Теоретические занятия	Учебная (практическая) работа	Самостоятельная работа	
1	Подготовительный этап: Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка Закрепление научного руководителя, выдача заданий на практику.	4	4	8	Запись в дневнике практики
2	Производственный этап: Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала 1. Ознакомление с организацией. В рамках данного раздела практики студент должен выяснить: полное и сокращенное наименование организации; дату ее регистрации; наименование органа, зарегистрировавшего организацию; вышестоящий орган управления; организационно-правовую форму (государственное, частное, муниципальное, акционерное, малое, совместное предприятие и т.д.); размер уставного капитала; историю создания (предпосылки и условия, способствовавшие созданию предприятия, факторы, оказавшие влияние на географическое и территориальное расположение организации) и развития (факторы, способствовавшие развитию организации на этапе ее становления и в настоящее время) организации; специфику организации, сферу, виды и масштабы деятельности; миссию и основные цели организации; сильные и слабые стороны организации; систему и характер взаимодействия с внешней средой; возможности и угрозы предприятия (организации) со стороны внешней среды. 2. <b>Организационная структура управления.</b> По данному разделу студенту необхо-	4	36	40	дневник по практике



<p>димому изучить:</p> <p>отраслевую принадлежность предприятия, формы отраслевой организации производства;</p> <p>организационную структуру управления, ее тип и особенности проектирования с учетом сферы, направлений деятельности предприятия, его размеров и организационно-правовой формы (приложить и проанализировать схему);</p> <p>элементы организационной структуры, структуру и функции аппарата управления предприятием;</p> <p>основные структурные подразделения, их функции, внутреннюю структуру, взаимодействие структурных подразделений;</p> <p>порядок делегирования полномочий и ответственности в организации;</p> <p>оценить эффективность существующей структуры и возможные направления ее совершенствования.</p> <p><b>3. Информационное обеспечение.</b></p> <p>Система электронного документооборота (количество документов в базе, количество пользователей и т.д.); уровень интеграции в систему управления (базовый, частичный, смешанный); технический уровень (современные технологии последнего поколения, программное обеспечение), коммуникации между уровнями управления и подразделениями; коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органами государственного регулирования, потребителями, поставщиками и т.н.); средства передачи и преобразования информации; документооборот предприятия и его характеристика; организация делопроизводства, рационализация документооборота предприятия.</p> <p><b>4. Управление финансами.</b> Организация финансовой деятельности предприятия. Финансовый механизм и его структура. Приемы управления движением финансовых ресурсов. Методы финансового менеджмента. Финансовая политика предприятия (организации).</p> <p><b>5. Управление персоналом.</b> В данном разделе студент должен изучить:</p> <p>цели и задачи системы управления персоналом на предприятии, состав, структуру функциональных подсистем управления персоналом предприятия (организации) и их основ-</p>				
---	--	--	--	--

	<p>ные функции, принципы, методы формирования, обоснования и внедрения системы управления персоналом;</p> <p>сущность и содержание кадрового планирования на предприятии, структуру типового оперативного плана по кадрам, информацию, необходимую для осуществления планирования кадров, методику планирования потребности в персонале;</p> <p>источники привлечения персонала, оценку их преимуществ и недостатков;</p> <p>управление трудовой адаптацией при привлечении кадров, планирование расходов на персонал;</p> <p>должностные инструкции всех категорий управленческого персонала, систему показателей, характеризующих труд руководителя и его эффективность, план персонал - маркетинга (при его наличии);</p> <p>подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров на предприятии;</p> <p>управление процессами текучести и высвобождения кадров, методику расчета показателей оценки текучести кадров (коэффициент текучести, частный коэффициент текучести, интенсивной текучести), организацию работ, связанных с массовым высвобождением работников, основные мероприятия по предупреждению и снижению высвобождения работников</p>				
3	<p>Аналитический этап:</p> <p>Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике</p>		36	60	Расчеты, таблицы, схемы, дневник по практике
4	<p>Отчетный этап:</p> <p>Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики и защита отчета по практике</p>	2	2	10	Отчет по практике, характеристика
5.	Рецензирование отчета. Защита отчета	2	2	2	Отчет по практике, дневник, характеристика Дифференцированный зачет
	<b>ИТОГО</b>	16	80	120	

## **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно- производственные технологии, используемые при прохождении преддипломной практики**

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

## **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на преддипломной практике**

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

Студенты при прохождении практики обязаны:  
качественно и полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;  
выполнять установленные в организации правила внутреннего распорядка или распорядка, установленного руководителем практики;  
представлять руководителю практики отчет о выполнении заданий;  
собирать и обобщать необходимый материал для отчета по практике.

### **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

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

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

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

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

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

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

По итогам аттестации практики выставляется дифференцированная оценка.

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

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

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

Зав. библиотекой

#### Рекомендуемая литература и источники информации

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издательство и год издания	Количество изданий	
					В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1.	ТО	Финансовый менеджмент: Учебник для вузов. — Электронное издание.  [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=22422">http://ibooks.ru/product.php?productid=22422</a> ]	Бахрамов Ю., Глухов В.	2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб. : Питер, 2011 г. — 496 с.		
	ТО	Менеджмент : учебник	Ю.В. Кузнецов [и др.]	[М.] : Экономика, [2010]. - 503 с.	20	
2.	ТО	Финансы организаций	Тютюкина	М. : Дашков и К°,		

		(предприятий): Учебник. — Электронное издание. — МО РФ.  [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=25622">http://ibooks.ru/product.php?productid=25622</a> ]	Е.Б.	2012 г. — 544 с.)		
	ТО	Теория менеджмента — Электронное издание. — УМО [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=334917">http://ibooks.ru/product.php?productid=334917</a> ]	Михненко П. А.	М. : МФПУ «Синергия», 2012 г. — 304 с.		
	ТО	Менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — Электронное издание [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=22627">http://ibooks.ru/product.php?productid=22627</a> ].	Макаров В., Попова Г.	СПб. : Питер, 2011 г. — 256 с.		
	ТО	Теория менеджмента: Учебник для вузов. Стандарт 3-го поколения. — Электронное издание. — Гриф УМО [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=21733">http://ibooks.ru/product.php?productid=21733</a> ]	Латфуллин Г. Р., Лялин А. М.	СПб. : Питер, 2010 г. — 464 с.		
	ТО	Методы менеджмента качества. Методология организационного проектирования инженерной составляющей системы менеджмента качества. ( <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=24578">http://ibooks.ru/product.php?productid=24578</a> )	Серенков П.С.	М. : Инфра-М, 2011 г. — 491 с. — Электронное издание.		
	ТО	Ценовая политика предприятия: Учебник для вузов. — Электронное издание. — Гриф МО.  [ <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=21682">http://ibooks.ru/product.php?productid=21682</a> ]	Тарасевич В. М.	3-е изд. — СПб. : Питер, 2010 г. — 320 с.		
3.	ТО	Теория систем и системный анализ: Учебник.	Вдовин В.М., Суркова Л.Е., Валентинов В.А.	М. : Дашков и К°, 2010 г. — 640 с. — Электронное издание. ( <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=23388">http://ibooks.ru/product.php?productid=23388</a> )		
4.	ТО	Антикризисное управ-	Под ред.	М. : Юнити, 2010 г.		

		ление. Теория и практ. 3-е изд.	В.Я. Захарова.	— 319 с. — Элек- тронное издание. — МО РФ. ( <a href="http://ibooks.ru/product.php?productid=24683">http://ibooks.ru/product.php?productid=24683</a> )		
Дополнительная литература						
	СРС	Менеджмент : учебник для вузов /	В.И.Короле в [и др.]	Всерос. академия внешней торговли Мин-ва экономич. развития и торговли РФ. - М.:Экономистъ, 2005. - 432 с. : ил. - (Homo faber). Гриф: Доп. МО РФ	1	
	СРС	Менеджмент : учебник для вузов /	О.С.Виханс кий, А.И. Наумов ;	Московский государственный университет им. М.В. Ломоно- сова.- 3-е изд. - М. : Экономистъ, 2004. - 528 с. : ил. - Классический уни- верситетский учебник : основ. в 2002 г.). Гриф: Рек. МО РФ	1	
	СРС	Менеджмент : учеб. пособие	Е.Н. Кны- шова.	М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2006. - 304 с. – (Профессиональное образование). Гриф: Доп. МО РФ	8	
	СРС	Менеджмент : учеб. пособие для вузов	Л.Е.Басовс кий	М. : ИНФРА-М, 2007. - 216 с. - (Высшее образова- ние : основ. 1996 г.). Гриф:Рек. МО РФ	4	
	СРС	Менеджмент : учеб. пособие для студ. Ву- зов	Г.Б. Мак- сименко	М. : Издательско- торговая корп. "Дашков и К", 2007. - 364 с.-	1	
	СРС	Менеджмент : учеб. пособие с тест. за- даниями	Аветисян М.В.[и др.]	М.: Юриспру- денция, 2008. - 248 с. : ил. Гриф:Рек. УМО	1	
	СРС	Менеджмент : учебник /[Науч.-метод. сов. Всерос. заоч. финанс.- эконом. ин-та] - 3-е изд.	под ред. М.М. Мак- симцова, М.А. Ко-	М. : ЮНИТИ- ДАНА, 2008. - 320 с. Гриф: Рек. МО РФ. - Гриф: Рек. УМЦ		

		пер. и доп	марова.	"Профес. учеб."	1	
	СРС	Методические указания и программа прохождения производственной практики для студентов направления подготовки бакалавров 080200.62 «Менеджмент»	Абдуллаева Т.К., Гаджиев И.М., Алахвердиева С.В.	Махачкала, ДГТУ, 2014г.	16	15
	СРС	Методические указания №2723 для самостоятельной работы по дисц. "Менеджмент организации: экономика и управление" для студ. направл. подгот. бакалавров "Менеджмент"	Т.В. Магомедова, Р.Д. Шапазова	ФГБОУ ВПО "ДГТУ", Махачкала: Издательство ДГТУ, 2014	9	10
Периодические издания						
	СРС	Журнал. Искусство управления				
	СРС	Журнал. Кадры предприятия				
	СРС	Журнал. Карьера				
	СРС	Журнал Менеджмент в России и за рубежом				
	СРС	Журнал Управление персоналом.				
	СРС	Газета. Экономика и жизнь				
Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:						
	СРС	Самостоятельное тестирование на сайте: <a href="http://www.fepo.ru">http://www.fepo.ru</a>				
	СРС	<a href="http://www.openbudget.ru">www.openbudget.ru</a> – финансовые, экономические и политические новости				
	СРС	<a href="http://www.ereport.ru">www.ereport.ru</a>				
	СРС	<a href="http://www.lenta.ru/news/">www.lenta.ru/news/</a>				
	СРС	<a href="http://www.economist.com">www.economist.com</a> - Электронный журнал «Экономист»				
	СРС	<a href="http://www.ft.com">www.ft.com</a> - Финансовое время				
	СРС	<a href="http://www.government.ru">http://www.government.ru</a> - Интернет-портал Правительства Российской Федерации				
	СРС	<a href="http://www.economy.gov.ru">http://www.economy.gov.ru</a> - Министерство				

		экономического развития РФ				
	СРС	<a href="http://www.gks.ru">http://www.gks.ru</a> - Федеральная служба государственной статистики				
	СРС	<a href="http://www.rbcnet.ru">http://www.rbcnet.ru</a> - Торгово-промышленная палата РФ				
	СРС	<a href="http://www.circle.ru/">http://www.circle.ru/</a>				
	СРС	<a href="http://www.avtopilot.ru/Auto/1998/03/avtorit.html">http://www.avtopilot.ru/Auto/1998/03/avtorit.html</a> .				
	СРС	<a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>				
	СРС	<a href="http://ressclub.host.ru">http://ressclub.host.ru</a>				
	СРС	<a href="http://markus.spb.ru">http://markus.spb.ru</a> . Управление изменениями в компании.				
базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:						
	СРС	Портал «Гуманитарное образование» <a href="http://www.humanities.edu.ru/">http://www.humanities.edu.ru/</a>				
	СРС	Федеральный портал «Российское образование» <a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a>				

## 12. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

МТО включает в себя:

библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика):

компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет:

программное обеспечение MS Office (Word, Excel, Power Point, Access):

тесты: обучающие и контролирующие:

дополнительный раздаточный материал к занятиям.

исходная информация и методические рекомендации к решению задач.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профилю «Маркетинг».

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



А.К. Абдурашидова





Программа и процедура проведения итогового государственного  
междисциплинарного экзамена

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

РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ

Декан, председатель совета  
Инженерно-экономического  
факультета,

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»




Подпись

Н.М. Гасанова  
ФИО

профессор

Подпись



К.А. Гасанов  
ИОФ

ПРОГРАММА  
ИТОГОВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

для направления 38.03.02 – Менеджмент

по профилю «Маркетинг»

факультет инженерно-экономический

кафедра экономического развития, маркетинга и бизнеса

Квалификация выпускника (степень) – бакалавр

Форма обучения очная курс 4 семестр 8

очная, др.

Всего продолжительность (в неделях) 2 недели

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

Зам. зав. кафедрой

подпись

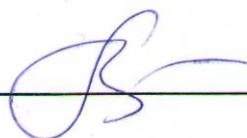


Атуева Э.Б.

ФИО

Начальник УО

подпись



Магомаева Э.В.

ФИО

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ООП по направлению 38.03.02 – Менеджмент и профилю «Маркетинг».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 15.09.2016 года, протокол № 2.

Зав. выпускающей кафедрой  
по данному направлению  
подготовки (профилю)



**Р.А. Юсупов**

подпись

**ОДОБРЕНО:**

**АВТОР ПРОГРАММЫ:**

**Методической комиссией по  
укрупненной группе  
специальностей и направления  
подготовки**

**380000-«Экономика и  
управление»**

шифр и полное наименование  
направления

**Председатель МК**

 **Ж.Н. Казиева**

Подпись, ИОФ

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



## ПРЕДИСЛОВИЕ

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

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

Итоговый государственный междисциплинарный экзамен (ИГМЭ) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг» проводится с целью проверки уровня и качества общей и, прежде всего, общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к знаниям и умениям выпускника по циклам дисциплин, предусмотренных Федеральным Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг».

## ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

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

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению 38.03.02 - «Менеджмент», профилю «Маркетинг» проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной подготовки бакалавров. Междисциплинарный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 - Менеджмент, профилю «Маркетинг».

Требования к уровню подготовки студентов по государственному междисциплинарному экзамену соответствуют требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 – «Менеджмент» и дополнений к нему.

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

Программа составлена с учетом квалификационной характеристики менеджера, типовых рабочих программ дисциплин направления 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг» и внутривузовского Положения о государственном экзамене по специальности (направлению).

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемых Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.02 - Менеджмент, определяющими назначением, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав ИГМЭ по профилям должен различаться.

ИГМЭ включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам базовой части, а также профильных дисциплин вариативной части ООП.

Способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в профессиональной сфере в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» обеспечивается реализацией компетентностной модели, которая включает общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции следующего содержания:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2);

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-7);

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-8);

умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-9);

умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-10);

умением анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-11);

владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-12);

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-13);

владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-14);

владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-15).

В результате изучения базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» выпускник должен:

Знать

основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;

принципы развития и закономерности функционирования организации;

роли, функции и задачи менеджера в современной организации;

основные бизнес-процессы в организации;

принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;

типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;

основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;

виды управленческих решений и методы их принятия;

основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;

типы организационной культуры и методы ее формирования;  
основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;  
содержание маркетинговой концепции управления;  
методы маркетинговых исследований;  
основы маркетинговых коммуникаций;  
назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;  
основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности;

основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;  
основные системы управленческого учета;  
фундаментальные концепции финансового менеджмента;  
принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;

роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации;  
причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях;

бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом;  
основные теории стратегического менеджмента;  
теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации,  
содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;  
основные теории корпоративных финансов;  
источники финансирования, институты и инструменты финансового рынка;  
основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций.

Уметь

ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;

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

анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;

организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;

разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность

использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;

использовать техники финансового учета для формирования финансовой отчетности организации;

анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;

калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;

оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;

оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;



уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;

анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах;

оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;

проводить аудит человеческих ресурсов организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения;

разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации;

разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность;

использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации;

разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации;

разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;

диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;

разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;

обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;

проводить оценку финансовых инструментов;

организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации.

Владеть

методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);

современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;

методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;

современным инструментарием управления человеческими ресурсами

методами формирования и поддержания этического климата в организации;

методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков

навыками деловых коммуникаций

методами планирования карьеры.

В результате изучения вариативной части выпускник должен:

Знать

социальную значимость своей будущей профессии;

основные этапы эволюции управленческой мысли;

аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;

современные концепции организации операционной деятельности;

основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;

экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли;

типовую организационную структуру и систему распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования в социальной;

типовые процедуры и методы контроля и порядок их разработки;

процессы групповой динамики и принципы формирования команды;

современные технологии управления персоналом;  
методы управления проектами;  
современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности социального проекта;  
экономические основы поведения организаций;  
основные принципы и стандарты финансового учета;  
методы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций.

#### Уметь

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

#### Владеть

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

В содержании программы по сдаче итогового государственного междисциплинарного экзамена выделены следующие разделы дисциплин профиля «Маркетинг»:

1. Теория менеджмента: история управленческой мысли, организационное поведение, теория организации
2. Маркетинг
3. Управление изменениями.
4. Промышленный маркетинг.
5. Планирование и прогнозирование на предприятии в условиях рынка

6. Цены и рыночная конъюнктура
7. Банковское дело и банковский маркетинг
8. Маркетинговые исследования
9. Основы предпринимательской деятельности и бизнеса

## 1. ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Раздел 1. История управленческой мысли.

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

Раздел 2. Теория организации

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

Раздел 3. Организационное поведение.

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

### ЛИТЕРАТУРА

Основная

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

Дополнительная

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

## 2. МАРКЕТИНГ

Маркетинговые концепции: внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой сре-

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

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

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

### Дополнительная

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

## 3. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

Подходы к определению организационных изменений. Классификация организационных изменений. Особенности изменения и развития организации. Концепция и модели

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

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

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

### Дополнительная

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

## 4. ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели.

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

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

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

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

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

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

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

### Дополнительная

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

## **1. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА**

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

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

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

### Дополнительная

1. Основы предпринимательской деятельности для молодежи: пособие / Комитет по развитию МиСП РД. - Махачкала : Домпресс, 2011; 2012.
2. Атуева Э.Б. Основы коммерческой деятельности: курс лекций для студентов специальности 080507 – Менеджмент организации (для всех форм обучения). – Махачкала: ДГТУ, 2010. – 56 с.
3. Романова Л., Давыдова Л., Коршунова Г. Экономический анализ: Учебное пособие. - СПб. : Питер, 2011, 336 с.
4. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=22000>

5. Гинзбург А. Экономический анализ: Учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2011, 448 с.
6. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=22423>

## **6. ЦЕНЫ И РЫНОЧНАЯ КОНЬЮНКТУРА**

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

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

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### **Основная**

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

#### **Дополнительная**

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

## **7. БАНКОВСКОЕ ДЕЛО И БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ**

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

### **ЛИТЕРАТУРА**



#### Основная

1. Исмаилова Ш.Т., Кунниев Х.М., Устаев И.Ю. Банки и банковское дело: учебник для студентов направления подготовки бакалавров 080100.62 - Экономика для всех форм обучения. - Махачкала, ДГТУ: АЛЕФ, 2014. - 188 с.
2. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело. Краткий курс. – СПб. : Питер, 2010, 240 с.
3. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21506>
4. Алексунин В.А. и др. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов /; под ред. В.А. Алексунина.- 6-е изд. М. : Дашков и К, 2009. - 716 с. : ил. Гриф: МО РФ.
5. Атуева Э.Б., Кадирова С.А. Отраслевой маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки магистров 080200.68 – «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг». Махачкала: ДГТУ, 2014. – 68 с.
6. Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. Банковское дело: Учебник для вузов, 2-е изд. СПб.: Питер, 2008. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21827c>.

#### Дополнительная

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

## 8. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

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

### ЛИТЕРАТУРА

#### Основная

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

#### Дополнительная

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

## 9. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА

Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса; порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства; иметь представление о Паблик рилейнз и его использовании в

профессиональной деятельности. Малые предприятия: роль, особенности, критерии определения. Направления поддержки малого предприятия.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

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

### Дополнительная

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

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

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

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

40. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга.
41. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами.
42. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.
43. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Бюджет маркетинга.
44. Подходы к определению организационных изменений. Классификация организационных изменений. Особенности изменения и развития организации.
45. Концепция и модели жизненного цикла организации, изменчивость организации на разных этапах ее жизненного цикла. Сравнительная характеристика больших и малых организаций.
46. Преодоление сопротивления изменениям. Стратегии осуществления изменений. Формирование команды для стратегических изменений.
47. Реструктуризация управления компанией. Связь модели стратегии и модели организационной структуры.
48. Реинжиниринг бизнес-процессов. Инструменты проведения организационных изменений. Оценка эффективности управления организационными изменениями.
49. Организация маркетинга на крупном промышленном предприятии. Промышленные покупатели.
50. Этапы процесса покупки промышленных товаров. Возникновение, осознание и формулирование потребности. Формирование стратегии промышленного маркетинга.
51. Определение характеристик продукта или оборудования, способных удовлетворить возникшую потребность. Поиск и сравнительный анализ различных поставщиков. Рассмотрение предложений и предварительные переговоры с различными поставщиками. Заключение с ними контрактов на поставку.
52. Анализ количественных и качественных характеристик промышленного рынка. Организация системы сбыта на промышленных рынках
53. Количественные характеристики рынка: емкость рынка (фактическая и потенциальная), уровень насыщения рынка, доля рынка. Управление сбытом товаров промышленного назначения
54. Распределение рынка между производителями товаров промышленного назначения. Темпы роста рынка. Уровень стабильности потребности. Качественные характеристики рынка.
55. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия. Использование Интернет в организации работы службы маркетинга промышленного предприятия.
56. Планирование как принцип, метод и функция управления. Определение планирования, типы планов и их взаимосвязь. Этапы планирования. Цели планирования. Логические шаги в планировании.
57. Индикативное и директивное, стратегическое и финансовое виды планирования. Виды и характеристика планов: кратко-, средне-, долгосрочные, перспективные планы. Подготовка бизнес-плана. Общая концепция внутрифирменного планирования. Соотношение планирования и прогнозирования. Планирование и контроль. Внутренний и внешний контроль.
58. Прогнозирование (предвидение) внешней, среды; экономическое и техническое прогнозирование. Увязка планов. Прогнозирование деловой среды.
59. Цена как экономическая категория. Структура рынка и ценообразование. Ценовая политика фирмы. Анализ «затраты-объем продукция-прибыль»: точка безубыточности и целевая прибыль, маржа безопасности, операционный рычаг, допущения, принятые при анализе «затраты-объем продукция-прибыль».

60. Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию, основные подходы к ценообразованию «затраты-плюс», определение процента надбавки, целевое ценообразование, ценообразование специального заказа.
61. Государственное регулирование цен. Калькуляции себестоимости с полным распределением затрат.
62. Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии. Разновидности кризисов. Особенности и виды экономических кризисов. Потребность и необходимость в антикризисном управлении. Механизмы антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Банкротство предприятий и банков. Диагностика банкротства.
63. Управление рисками. Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Стратегия и тактика антикризисного управления. Взаимодействие с профсоюзами в процессах антикризисного управления. Инновации и механизмы повышения антикризисной устойчивости. Человеческий фактор антикризисного управления.
64. Основы банковского дела; Банки и иные кредитные организации современная кредитная система. Банковская деятельность. Банковская система России: структура, состояние и проблемы совершенствования управления. Двухуровневая банковская система РФ; центральный банк РФ: основные функции, операции, кредитно-денежная политика, особенности функционирования и управления деятельностью банков. Коммерческие банки: основные пассивные и активные операции; вопросы управления доходностью ликвидностью.
65. Маркетинг в банках. Работа с юридическими и физическими лицами. Банковское кредитование, кредитные портфель и управление кредитными операциями; инвестиционная деятельность банка; финансовые услуги, новые банковские услуги.
66. Методологические основы маркетинговых исследований. Сбор маркетинговой информации. Организация выборочных полевых исследований.
67. Технология бенчмаркинга: принципы бенчмаркинга. Внутренний сопоставительный анализ. Внешний сопоставительный анализ. TQM и бенчмаркинг. QFD и бенчмаркинг.
68. Анализ маркетинговой среды: общие направления анализа, определение географических границ рынка, выделение целевых сегментов. Замеры емкости рынка. Формирование списка конкурентов. Оценка влияния потребителей на динамику спроса.
69. Новый товар в маркетинге. Разработка нового товара. Новые товары и прибыль предприятий. Факторы успеха и неудач нового товара. Стратегии, уменьшающие риск при разработке новой продукции. Этические и правовые аспекты разработки новой продукции.
70. Управление марочной политикой фирмы. Семонемика. Экономический эффект торговой марки. Формирование имиджа марок. Защита марок. Процесс регистрации марок. Многомарочный подход. Мультимарки. Стратегия корпоративных марок.
71. Брэнд: понятие, подходы к определению. Определение стратегии брэнда. Методы определения цены брэндов: The relief from royalty method, Earnings basis, Premium profit.
72. Управление ассортиментной политикой фирмы. Свойства и показатели ассортимента. Формы формирования ассортимента. Виды нормативных и технологических документов, регламентирующих ассортимент товаров. Понятие товарной номенклатуры. Свойства и показатели товарной номенклатуры.
73. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.
74. Понятие и содержание предпринимательской деятельности; формы и виды предпринимательской деятельности; характеристику и этапы предпринимательского процесса.

75. Порядок и учреждение коммерческой организации; учредительные документы, их состав и содержание; порядок регистрации коммерческой организации; виды ответственности субъектов предпринимательства.
76. Паблик рилейшнз и его использовании в профессиональной деятельности. Принципы и функции ПР. Способы организации ПР. Современное состояние рынка ПР в России.
77. Малые предприятия: роль, особенности, критерии определения. Направления поддержки малого предприятия.
78. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации.
79. Разработка плана исследования. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Методы анализа. Прогнозирование. Содержание отчета о проведении исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.

## **ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА**

### *Организация итогового государственного междисциплинарного экзамена*

ИГМЭ по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг» является одним из видов аттестационных испытаний в составе государственной итоговой аттестации выпускников. Он проводится с целью проверки уровня и качества подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг», и, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин учитывает также общие требования к знаниям и умениям выпускника по блоку дисциплин, предусмотренных рабочим учебным планом ООП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг».

### *Порядок проведения итогового государственного междисциплинарного экзамена*

К итоговому междисциплинарному экзамену по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 - Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» допускаются студенты, завершившие полный курс обучения по основной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

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

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

Состав экзаменационной комиссии утверждается приказом Ректора вуза.

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

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

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

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

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



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

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

## ЛИТЕРАТУРА

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

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

### Требования к структуре, составу и содержанию выпускной квалификационной работы

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

Выпускная квалификационная работа (ВКР) должна соответствовать видам и задачам профессиональной деятельности направления подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

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

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

Цель защиты выпускной квалификационной работы – установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВО к квалификационной характеристике и уровню подготовки выпускника по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент».

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

Дипломная работа и ее защита должны показать, что выпускник овладел методологией исследования проблем управления, в полном объеме усвоил основной материал изученных ранее курсов по направлению 38.03.02 - «Менеджмент». Своей дипломной работой выпускник доказывает, что он умеет самостоятельно разбираться в хозяйственном механизме и функционировании систем управления, овладел навыками работы с научными литературными источниками российских и зарубежных авторов по проблемам менеджмента, умеет грамотно (в научном смысле) изложить свои мысли и доводы.

Основными целями выпускной квалификационной работы являются:

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

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

– самостоятельное исследование актуальных вопросов профессиональной деятельности;

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

В процессе написания дипломной работы выпускники должны:

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

Выпускная квалификационная работа по направлению менеджмент, должна иметь научно-исследовательский характер, т.е. содержать глубокий анализ, обобщение проблем и путей их решения по вопросам технологии, организации, планирования, экономики и менеджмента на предприятии и (или) его структурных подразделений.

Организация работы выпускников над ВКР возлагается на выпускающую кафедру и предусматривает следующие этапы:

- разработка тематики выпускных квалификационных работ с учетом актуальных проблем в развитии отечественного и мирового рынка, на основе деятельности предприятий, организаций, учреждений, которые, как правило, являются объектами преддипломной практики;
- формирование тем выпускной квалификационной работы на основе утвержденной тематики и/или заявок предприятий, организаций, учреждений;
- формирование заданий по основным разделам выпускной квалификационной работы;
- организация преддипломной практики студентов;
- руководство выполнением студентом выпускной квалификационной работы;
- организация внешнего рецензирования качества выпускной квалификационной работы.
- организация защиты выпускной квалификационной работы.

Объем выпускной квалификационной работы бакалавра, как правило, не должен превышать 70- 80 страниц.

Пояснительная записка к ВКР формируется из следующих элементов:

- Титульный лист;
- Задание;
- Содержание;
- Введение;

- Основная часть ВКР, состоящая из трех глав: теоретической, аналитической и практической;
- Заключение;
- Библиографический список используемых источников (литературы);
- Приложения.
- Демонстрационные материалы.
- Отзыв руководителя и отзыв рецензента, помещенные в отдельные файлы.

Пояснительная записка переплетается типографским способом.

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА**

### **а) Основная литература**

1. ГОСТ 7.1.- 2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления [Текст] введ. 2004- 07-01 – Москва : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации; -М.: Издательство стандартов, 2004 – 95 с.
2. Бодрунов С.Д., Кричевский М.Л., Сироткин В.Б. [Текст]: «Методические указания по проведению итоговой государственной аттестации бакалавров, магистров по направлению 521500 «Менеджмент» и менеджеров по специальности 061100 «Менеджмент организации» [Текст]: – СПб., ГУАП, 2005. 55 с.
3. Дипломное проектирование: учеб. пособие/ Ю.Р. Еналеева, В.И. Маколов, Т.А. Салимова (и др.); под ред. Проф. Т.А. Салимовой. [Текст]: – Саранск: Изд-во Мордов. Унта, 2008.- 184 с.
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Упр. персоналом" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. , Баткаева, И. А. Захаров, Д. К. Иванов, А. М. Ивановская, Л. В. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 430 с.
5. Кузнецов, И. Н. Научное исследование. Методика проведения и оформления [Текст] : учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. - М : 2007, 457 с.
6. Кузнецов, И. Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Текст] : учеб.- метод. пособие / И. Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К , 2009 . - 339 с.
7. Куликов, В. П. Дипломное проектирование. Правила написания и оформления [Текст]: учеб./ В. П. Куликов. - М.: ФОРУМ, 2008 . - 160 с.
8. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование[Текст]: Учебное пособие/Под общ.ред. Э.М. Короткова и С.Д. Резника. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с. – (Высшее образование).
9. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - М. : Дашков и К , 2008 . - 243 с.
10. Резник, С. Д. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование [Текст]: учеб. пособие для эконом. спец. вузов / под общ. ред. Э. М. Короткова, С. Д. Резника, В.В. Бондаренко, С.Ш. Левина, Э.В. Минько. - М. : ИНФРА-М , 2009 . - 368 с.

### **б) Дополнительная литература**

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: [Принята всенародным голосованием 12.12.1993]: офиц. текст : по состоянию на 14.10.2005. – 79 кб.

2. Федеральный закон от 22.08.96 № 125-ФЗ (ред. от 07.07.2003) "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" (принят ГД ФС РФ 19.07.96)
3. Закон РФ от 10.07.92 № 3266-1 (ред. от 07.07.2003) "Об образовании".
4. ГОСТ 7.1.84. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления [Текст] введ.1986- 01-01.— Москва: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации ; М. : Изд-во стандартов, 1984. — 75 с.
5. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 25.03.2003 № 1155 "Об утверждении Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации" (зарегистрирован в Минюсте России 05.05.2003 per. № 4490).
6. Вахрин, П. И. Методика подготовки и процедура защиты дипломных работ по финансовым и экономическим специальностям [Текст]: учебное пособие / П. И. Вахрин. - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг" 2000.
7. Волков, Ю. Г. Диссертация: подготовка, защита, оформление [Текст]: практическое пособие / Ю. Г. Волков. - М.: Гардарики, 2001.
8. Дипломный проект по программам «Мастер делового администрирования, MBA» [Текст]: методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите. - М.: Международный университет (в Москве), 2002.
9. Кибанов А.Я. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект [Текст]: Учебное пособие. – М ИНФРА – М, 2007.
10. Кудрявцев, Е. М. Оформление дипломного проекта на компьютере [Текст]. / Е. М. Кудрявцев. - М.: ДМК Пресс, 2004. - 223 с.
11. Кузнецов, И. Н. Курсовые и дипломные работы: От выбора темы до защиты [Текст]: справ. пособие / И.Н. Кузнецов. - Минск: Мисанта , 2003. - 415 с.
12. Лудченко, А. А. Основы научных исследований [Текст]: учеб. пособие для вузов / под ред. А. А. Лудченко, Я. А. Лудченко, Т. А. Примак.-Киев: Знание, 2000. - 114 с.
13. Меняев, М. Ф. Управление проектами. MS Project [Текст]: учеб. пособие для вузов по спец. "Менеджмент организации" / М. Ф. Меняев. - М.: Омега-Л , 2005 . - 275 с.
14. Сабитов, Р. А. Основы научных исследований [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р.А. Сабитов. - Челябинск : ЧелГУ, 2002 . - 2,83 МБ, 140 с.
15. Сапаров, В. Е. Дипломный проект от А до Я [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. Е. Сапаров. - М. : СОЛОН-Пресс, 2004. - 218 с.
16. Федотова, С. В. Подготовка учебной презентации средствами Microsoft Power Point [Электронный ресурс]: лекции . - [2006] . - 378 КБ, 8 с.

#### **в) программное обеспечение и интернет-ресурсы**

Для практических занятий и самостоятельной работы студентов:

- использование Microsoft Excel для реализации научных методов исследования, выполнения расчетов динамических статистических и экономических показателей;
- технологии Internet для поиска материала для выполнения индивидуальных работ и работ по заданию преподавателя;
- Outlook Express или любая другая почтовая программа для реализации электронных консультаций с преподавателем в режиме off-line;
- Microsoft Word для оформления письменных индивидуальных и творческих заданий преподавателя; оформления индивидуальных работ и рефератов;
- Microsoft Power Point для изучения правил составления электронной презентации дипломного проекта и подготовки демонстрационного материала к защите индивидуальной работы по дисциплине.











