Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 025B3AE00099B2A2B548158CFF985138BF
Владелец: АНО ВО "РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"
Действителен: с 07.03.2025 по 07.06.2026

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Российский новый университет»

(АНО ВО «Российский новый университет»)

Центр дополнительного образования

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
_____ Е. В. Лобанова
«11» февраля 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА - ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Международный менеджмент и маркетинг»

Объем программы: 654 часов

Москва

1. Общая характеристика программы

1.1. Дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки направлена на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области международного менеджмента и маркетинга.

Цели курса: Сформировать у слушателей системные теоретические знания и прикладные компетенции в области международного менеджмента и маркетинга, необходимые для эффективного управления современной организацией в условиях глобальной конкуренции, освоить методологию экономического анализа, маркетинговых исследований, организации бизнеса, управления персоналом и ресурсами, а также развить навыки стратегического планирования и принятия управленческих решений в международной среде.

По итогам успешного прохождения образовательной программы «Международный менеджмент и маркетинг» слушателям присваивается квалификация «Менеджер в сфере международного менеджмента и маркетинга».

1.2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие разработку дополнительной образовательной программы:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от 24.03.2025 г. № 266;

- Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»;

- Локально - нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам;

1.3. Программа профессиональной переподготовки разработана с учетом требований:

- профессионального стандарта «Бизнес-аналитик», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018 г. N 592 н;

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 N 970 (далее – ФГОС ВО).

1.4. Категория обучающихся: лица, имеющие или получающие высшее, или среднее профессиональное образование.

Срок освоения программы: 654 акад. часов (33 недели - 8 месяцев).

Возможно сокращение срока освоения программы по запросу студента:

до 16 недель (4 месяца).

Режим обучения: 5 дней в неделю, от 4 до 8 акад. часов в день.

Форма обучения: заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Формы аттестации обучающихся: промежуточная и итоговая аттестация в форме зачетов и экзаменов.

Документ о квалификации: лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке, образца, установленного АНО ВО «Российский новый университет».

1.5. Цель программы: получение и совершенствование компетенций необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области – Международного менеджмента и маркетинга.

Слушатель, освоивший программу профессиональной переподготовки, в соответствии с целью программы профессиональной переподготовки, на которые ориентирована программа, должен быть готов решать следующие **профессиональные задачи:**

- Применение фундаментальных экономических знаний для анализа макро- и микроэкономической среды организации.
- Проведение научных исследований и применение методологии научного познания для решения управленческих задач.
- Проектирование организационных структур и управление поведением персонала в соответствии с законами теории организации.
- Проведение экономического анализа и обеспечение экономической эффективности управленческой деятельности.
- Разработка и реализация маркетинговой стратегии, включая товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику.
- Использование современных информационных технологий для сбора, обработки и анализа данных в менеджменте.
- Управление организационными изменениями, инициирование и реализация проектов реструктуризации и развития бизнеса.
- Оценка и повышение результативности и эффективности бизнес-процессов с использованием современных моделей и инструментов.
- Организация и проведение маркетинговых исследований и управление комплексом маркетинговых коммуникаций.
- Оптимизация логистических процессов и управление цепями поставок для повышения конкурентоспособности компании.

- Разработка бизнес-планов и моделирование бизнес-процессов для обоснования инвестиционных проектов и стратегий развития.
- Реализация функций международного менеджмента и маркетинга с учетом особенностей внешней среды и кросс-культурных различий.
- Управление рекламной деятельностью организации, планирование и оценка эффективности рекламных кампаний.
- Реализация стратегии управления персоналом, включая подбор, адаптацию, обучение, мотивацию и оценку кадров.
- Использование данных бухгалтерского управленческого учета для калькулирования себестоимости, бюджетирования и принятия управленческих решений.
- Осуществление анализа и управления материальными, финансовыми и человеческими ресурсами организации.
- Применение методов антикризисного управления для диагностики, предупреждения и преодоления кризисных ситуаций на предприятии.

2. Планируемые результаты обучения:

В результате освоения данной программы в соответствии с ее целью и задачами профессиональной деятельности, слушатель должен обладать всеми профессиональными компетенциями (ПК), отнесенными к соответствующему виду профессиональной деятельности (ВД):

Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций

Дисциплина 1: Экономическая теория

ВД 1: Разработка и экономическое обоснование управленческих решений на основе анализа макро- и микроэкономических процессов.

- **ПК 1.1:** Способен анализировать основные экономические события в стране и за рубежом, оценивать их влияние на деятельность организации.
- **ПК 1.2:** Владеет методами определения рыночного равновесия, анализа издержек и результатов деятельности фирмы в различных рыночных структурах.

Дисциплина 2: Методы научного исследования

ВД 2: Организация и проведение прикладных научных исследований в области менеджмента и маркетинга.

- **ПК 2.1:** Способен применять теоретические и эмпирические методы для сбора и анализа информации в профессиональной деятельности.

- **ПК 2.2:** Владеет методологией научного познания и статистическими методами обработки данных для обеспечения достоверности результатов исследования.

Дисциплина 3: Теория организации и организационное поведение

ВД 3: Управление развитием организации и поведением персонала для достижения стратегических целей.

- **ПК 3.1:** Способен анализировать организационную структуру, жизненный цикл и внешнюю среду организации для выявления зон развития.

- **ПК 3.2:** Владеет методами управления групповой динамикой, мотивацией и организационной культурой для повышения эффективности деятельности.

Дисциплина 4: Экономические основы управленческой деятельности

ВД 4: Экономическое обеспечение операционной и стратегической деятельности организации.

- **ПК 4.1:** Способен проводить анализ финансово-хозяйственной деятельности, разрабатывать бизнес-планы и управлять качеством продукции.

- **ПК 4.2:** Владеет методами ценообразования, оценки рисков и кадрового обеспечения для повышения экономической эффективности бизнеса.

Дисциплина 5: Маркетинг

ВД 5: Реализация маркетинговой политики организации как основы взаимодействия с рынком.

- **ПК 5.1:** Способен сегментировать рынок, позиционировать товары и разрабатывать товарную, ценовую и сбытовую политику компании.

- **ПК 5.2:** Владеет инструментарием маркетинговых коммуникаций для продвижения товаров и услуг на рынке.

Дисциплина 6: Информационные технологии в менеджменте

ВД 6: Информационно-аналитическая поддержка процессов управления организацией.

- **ПК 6.1:** Способен использовать современные информационные технологии и программные продукты для сбора, обработки и хранения данных.

- **ПК 6.2:** Владеет навыками статистического анализа данных в Excel и создания баз данных для решения управленческих задач.

Дисциплина 7: Организация бизнеса и управление изменениями

ВД 7: Управление организационными преобразованиями и развитием бизнеса в условиях нестабильной среды.

- **ПК 7.1:** Способен анализировать среду бизнеса и инициировать организационные изменения, используя современные модели и инструменты.
- **ПК 7.2:** Владеет методами диагностики, анализа и преодоления сопротивления при проведении организационных изменений.

Дисциплина 8: Управление результативностью и эффективностью бизнеса

ВД 8: Обеспечение стратегической и операционной эффективности деятельности организации.

- **ПК 8.1:** Способен применять современные модели управления эффективностью (BSC, KPI) и стратегии роста для достижения целей бизнеса.
- **ПК 8.2:** Владеет инструментами бюджетирования и финансового моделирования для планирования и контроля результатов деятельности.

Дисциплина 9: Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями

ВД 9: Информационно-аналитическое обеспечение маркетинговой деятельности и управление продвижением.

- **ПК 9.1:** Способен организовать и провести маркетинговое исследование внешней среды, рынка, потребителей и конкурентов.
- **ПК 9.2:** Владеет современными методами управления комплексом маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, PR и стимулирование сбыта.

Дисциплина 10: Логистика и управление цепями поставок

ВД 10: Управление материальными и информационными потоками в цепях поставок.

- **ПК 10.1:** Способен проектировать логистические системы и управлять запасами, транспортировкой и складированием.
- **ПК 10.2:** Владеет методами оптимизации цепей поставок и использования информационных технологий в логистике.

Дисциплина 11: Бизнес-планирование и моделирование бизнес-процессов

ВД 11: Стратегическое и операционное планирование деятельности организации.

- **ПК 11.1:** Способен моделировать бизнес-процессы организации, используя современные методологии и инструментальные системы.

- **ПК 11.2:** Владеет навыками разработки и реализации бизнес-планов для привлечения инвестиций и обоснования стратегий развития.

Дисциплина 12: Международный менеджмент и маркетинг

ВД 12: Управление компанией на международных рынках.

- **ПК 12.1:** Способен анализировать международную среду, выявлять конкурентные преимущества и выбирать формы выхода на зарубежные рынки.

- **ПК 12.2:** Владеет методами международных маркетинговых исследований и управления человеческими ресурсами в международных компаниях.

Дисциплина 13: Управление рекламной деятельностью организации

ВД 13: Организация и проведение рекламных кампаний и мероприятий по продвижению.

- **ПК 13.1:** Способен разрабатывать рекламные стратегии и идеи, создавать эффективные рекламные обращения для различных каналов распространения.

- **ПК 13.2:** Владеет методами медиапланирования и оценки коммуникативной и экономической эффективности рекламной деятельности.

Дисциплина 14: Управление персоналом

ВД 14: Обеспечение организации человеческими ресурсами и их эффективное использование.

- **ПК 14.1:** Способен реализовывать кадровую политику, применять технологии подбора, адаптации, обучения и мотивации персонала.

- **ПК 14.2:** Владеет методами оценки эффективности управления персоналом и современными концепциями управления человеческими ресурсами.

Дисциплина 15: Бухгалтерский управленческий учет

ВД 15: Информационное обеспечение принятия управленческих решений на основе данных учета.

- **ПК 15.1:** Способен классифицировать затраты, калькулировать себестоимость и проводить анализ безубыточности для обоснования решений.

- **ПК 15.2:** Владеет методами бюджетирования и контроля затрат для управления прибылью и эффективностью.

Дисциплина 16: Анализ и управление ресурсами организации

ВД 16: Обеспечение эффективного формирования и использования ресурсной базы организации.

- **ПК 16.1:** Способен проводить анализ и оценку материальных, финансовых и трудовых ресурсов организации.
- **ПК 16.2:** Владеет современными методами планирования ресурсов и управления интеллектуальным капиталом.

Дисциплина 17: Теория и практика антикризисного управления

ВД 17: Предупреждение и преодоление кризисных ситуаций в деятельности организации.

- **ПК 17.1:** Способен проводить диагностику кризисного состояния и анализировать факторы, влияющие на несостоятельность предприятия.
- **ПК 17.2:** Владеет методами антикризисного управления, включая инвестиционную политику и процедуры банкротства.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки слушатель должен **знать:**

1. Этапы развития экономической теории, фундаментальные проблемы экономики, функции денег, закономерности спроса и предложения, теорию поведения потребителей и фирмы, макроэкономические показатели и механизмы государственного регулирования.
2. Методологию научного исследования, теоретические и эмпирические методы, принципы научного познания и статистические методы обработки данных.
3. Теорию организации и организационного поведения, законы организации, этапы жизненного цикла, методы управления групповым поведением и организационной культурой.
4. Экономические основы управленческой деятельности, методы экономического анализа, принципы бизнес-планирования, управления качеством, ценообразования и кадрового обеспечения бизнеса.
5. Социально-экономические основы маркетинга, концепции, методы сегментирования, товарную и ценовую политику, каналы распределения и маркетинговые коммуникации.

6. Понятие, состав, функции и виды информационных технологий, методы работы с базами данных, программы для статистической обработки и мультимедийные прикладные программы.

7. Исследования современной среды бизнеса, закономерности развития организаций, модели, инструменты и методы управления организационными изменениями.

8. Теоретические подходы к управлению эффективностью бизнеса, стратегии роста, модели бизнеса, системы KPI и BSC, методы бюджетирования и инструменты построения эффективной организации.

9. Сущность, методологию и методы маркетинговых исследований, методы сбора информации, исследования внешней среды, товаров, конкурентов, потребителей и методы управления маркетинговыми коммуникациями.

10. Понятие и виды логистики, принципы управления цепями поставок, методы управления запасами, организацию транспортировки и складирования, роль информационных технологий в логистике.

11. Основы моделирования бизнес-процессов, методологии моделирования, методологические основы разработки и содержание разделов бизнес-плана.

12. Сущность, факторы развития и современные черты международного бизнеса, среду международного менеджмента, виды международных операций, методы международных маркетинговых исследований и управления человеческими ресурсами в международных компаниях.

13. Методологические основы рекламной деятельности, средства распространения рекламы, стратегии создания рекламного образа, методику создания рекламных обращений, основы медиапланирования и методы оценки эффективности рекламы.

14. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием, современные концепции, стратегии и кадровую политику, технологии найма, адаптации, обучения, мотивации и оценки персонала.

15. Содержание, принципы и назначение бухгалтерского управленческого учета, методы учета затрат и калькулирования, анализ безубыточности, бюджетирование и основы принятия управленческих решений.

16. Содержание управления ресурсами организации, методы управления материальными, финансовыми и человеческими ресурсами, подходы к анализу, оценке и планированию ресурсов.

17. Природу экономических кризисов, основные черты антикризисного управления, процедуру банкротства предприятия и инвестиционную политику в антикризисном управлении.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки слушатель должен **уметь:**

1. Анализировать экономические явления и процессы, определять рыночное равновесие, интерпретировать макроэкономические показатели и оценивать влияние фискальной политики государства.

2. Применять теоретические и эмпирические методы научного исследования, работать с информацией, использовать статистические методы для обработки и интерпретации данных.

3. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять этапы жизненного цикла, применять законы организации и управлять конфликтами на основе знания организационного поведения.

4. Проводить экономический анализ деятельности предприятия, разрабатывать бизнес-план, управлять качеством продукции, формировать ценовую политику и оценивать предпринимательские риски.

5. Сегментировать рынок, позиционировать товар, разрабатывать товарную и ценовую политику, выбирать каналы распределения и планировать комплекс маркетинговых коммуникаций.

6. Использовать компьютерные программы для статистической обработки данных, работать с системами управления базами данных (СУБД), создавать презентации и применять табличный процессор Excel для анализа информации.

7. Анализировать современную среду бизнеса, выбирать и применять модели управления изменениями, диагностировать организацию и преодолевать сопротивление персонала изменениям.

8. Применять современные модели (MACs, "три горизонта роста") для стратегического анализа, использовать сбалансированную систему показателей (BSC) и KPI, а также участвовать в процессе бюджетирования.

9. Разрабатывать дизайн маркетингового исследования, выбирать методы сбора информации, сегментировать рынки B2C и B2B, анализировать конкурентоспособность товара и планировать маркетинговые коммуникации.

10. Выбирать оптимальные логистические решения в области закупок, транспортировки, складирования и управления запасами, интегрировать логистику с другими функциями управления.

11. Моделировать бизнес-процессы с использованием различных методологий, проводить их анализ и разрабатывать отдельные разделы бизнес-плана предприятия.

12. Анализировать международную конкурентную среду, оценивать факторы внешней среды, выбирать формы выхода на зарубежные рынки и учитывать национальные особенности ведения переговоров.

13. Разрабатывать рекламные стратегии и идеи, создавать эффективные рекламные обращения, осуществлять медиапланирование и оценивать экономическую и коммуникативную эффективность рекламы.

14. Применять современные технологии найма, отбора и адаптации персонала, разрабатывать программы обучения и мотивации, а также оценивать эффективность управления персоналом.

15. Классифицировать затраты, калькулировать себестоимость продукции, проводить CVP-анализ, рассчитывать точку безубыточности и принимать управленческие решения на основе данных управленческого учета.

16. Анализировать эффективность использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов, планировать потребность в ресурсах и оценивать конкурентоспособность предприятия.

17. Диагностировать кризисное состояние предприятия, применять методы антикризисного управления, анализировать финансовое состояние и оценивать инвестиционные проекты в условиях ограниченных ресурсов.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки слушатель должен **иметь практический опыт (владеть):**

1. Методологией экономического анализа для оценки эффективности хозяйственной деятельности на микро- и макроуровне.
2. Навыками организации и проведения научного исследования, включая обработку и интерпретацию полученных данных.
3. Методами проектирования организационных структур и инструментарием управления групповым поведением для повышения эффективности организации.
4. Навыками экономического обоснования управленческих решений, разработки бизнес-планов и применения методов управления качеством и рисками.
5. Инструментарием маркетингового анализа, методами сегментирования и позиционирования, навыками разработки комплекса маркетинга.
6. Навыками работы с современными информационными системами и технологиями для решения профессиональных задач в менеджменте.

7. Методами диагностики организационных проблем и инструментами проведения организационных изменений, включая реструктуризацию.
8. Навыками применения систем управления эффективностью (BPM/EPM), разработки стратегических карт и использования инструментов бюджетирования.
9. Методами сбора и анализа маркетинговой информации, навыками проведения маркетинговых исследований и управления маркетинговыми коммуникациями.
10. Навыками управления цепями поставок, оптимизации логистических процессов и управления запасами.
11. Методологией моделирования бизнес-процессов и навыками разработки бизнес-планов для различных типов предприятий.
12. Навыками анализа международной бизнес-среды и методами управления человеческими ресурсами в мультинациональных компаниях.
13. Инструментарием разработки и реализации рекламных кампаний, навыками медиапланирования и методами оценки эффективности рекламы.
14. Современными технологиями управления персоналом, включая навыки проведения собеседований, разработки систем мотивации и оценки персонала.
15. Навыками калькулирования себестоимости, проведения маржинального анализа и составления бюджетов для принятия управленческих решений.
16. Методами анализа эффективности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов и навыками планирования ресурсной базы организации.
17. Навыками диагностики вероятности банкротства и методами антикризисного управления предприятием.

3. Формы аттестации

Формами аттестации слушателей по программе профессиональной переподготовки являются: промежуточная и итоговая аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов и экзаменов, предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Оценивание результатов формирования компетенций в рамках дисциплины у слушателей осуществляется по промежуточной аттестации.

Итоговая аттестация слушателей по программе профессиональной переподготовки включает итоговый экзамен.

4. Документ об обучении (образовании)

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной

переподготовке, образца, установленного РосНОУ с присвоением квалификации «Менеджер в сфере международного менеджмента и маркетинга».

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лица освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией.

5. Учебный план

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Международный менеджмент и маркетинг»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	В том числе				Форма контроля	Формируемые компетенции
			лекции	практика	сам. раб	аттестация		
1	Экономическая теория	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 1.1 ПК 1.2
2	Методы научного исследования	28	6	4	16	2	Зачет	ПК 2.1 ПК 2.2
3	Теория организации и организационное поведение	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 3.1 ПК 3.2
4	Экономические основы управленческой деятельности	28	6	4	16	2	Зачет	ПК 4.1 ПК 4.2
5	Маркетинг	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 5.1 ПК 5.2
6	Информационные технологии в менеджменте	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 6.1 ПК 6.2
7	Организация бизнеса и управление изменениями	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 7.1 ПК 7.2
8	Управление результативностью и эффективностью бизнеса	28	6	4	16	2	Зачет	ПК 8.1 ПК 8.2

9	Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями в организации	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 9.1 ПК 9.2
10	Логистика и управление цепями поставок	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 10.1 ПК 10.2
11	Бизнес - планирование и моделирование бизнес - процессов	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 11.1 ПК 11.2
12	Международный менеджмент и маркетинг	88	18	10	58	2	Экзамен	ПК 12.1 ПК 12.2
13	Управление рекламной деятельностью организации	32	6	4	20	2	Экзамен	ПК 13.1 ПК 13.2
14	Управление персоналом	48	10	6	30	2	Экзамен	ПК 14.1 ПК 14.2
15	Бухгалтерский управленческий учет	28	6	4	16	2	Зачет	ПК 15.1 ПК 15.2
16	Анализ и управление ресурсами организации	58	12	6	38	2	Экзамен	ПК 16.1 ПК 16.2
17	Теория и практика антикризисного управления	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 17.1 ПК 17.2
18	Итоговая аттестация	4	0	0	0	4	Итоговый экзамен	
ИТОГО:		**654**	**132**	**78**	**406**	**38**		

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут. Занятия проходят с применением дистанционных образовательных технологий.

6. Календарный учебный график

Календарный учебный график – локальный документ, регламентирующий организацию образовательного процесса при реализации программы дополнительного профессионального образования – программы профессиональной переподготовки.

Календарный учебный график разрабатывается и утверждается на каждую образовательную программу. Образовательный период по программе начинается по

факту зачисления обучающегося на конкретную образовательную программу. Днем зачисления считается день акцептования слушателем договора оферты на сайте https://dpo-rosnou.ru и выполнения им установленных локальных нормативных актов по условиям приема в АНО ВО «Российский новый университет».

Первым днем, первой недели обучения, считается день зачисления слушателей на обучение по данной образовательной программе. Количество учебных часов в неделю не может превышать 40 акад. часов. Завершение учебного процесса согласно календарному учебному графику.

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
программы профессиональной переподготовки
«Международный менеджмент и маркетинг»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	График обучения (неделя - кол-во акад. час)
1	Экономическая теория	32	1 нед. – 20 2 нед. – 12
2	Методы научного исследования	28	2 нед. – 8 3 нед. – 20
3	Теория организации и организационное поведение	32	4 нед. – 20 5 нед. – 12
4	Экономические основы управленческой деятельности	28	5 нед. – 8 6 нед. – 20
5	Маркетинг	38	7 нед. – 20 8 нед. – 18
6	Информационные технологии в менеджменте	32	8 нед. – 2 9 нед. – 20 10 нед. – 10
7	Организация бизнеса и управление изменениями	32	10 нед. – 10 11 нед. – 20 12 нед. – 2
8	Управление результативностью и эффективностью бизнеса	28	12 нед. – 18 13 нед. – 10
9	Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями в организации	38	13 нед. – 10 14 нед. – 20 15 нед. – 8
10	Логистика и управление цепями поставок	32	15 нед. – 12 16 нед. – 20
11	Бизнес – планирование и моделирование бизнес – процессов	38	17 нед. – 20 18 нед. – 18
12	Международный менеджмент и маркетинг	88	18 нед. – 2 19 нед. – 20 20 нед. – 20 21 нед. – 20 22 нед. – 20 23 нед. – 6

13	Управление рекламной деятельностью организации	32	23 нед. – 14 24 нед. – 18
14	Управление персоналом	48	24 нед. – 2 25 нед. – 20 26 нед. – 20 27 нед. – 6
15	Бухгалтерский управленческий учет	28	27 нед. – 14 28 нед. – 14
16	Анализ и управление ресурсами организации	58	28 нед. – 6 29 нед. – 20 30 нед. – 20 31 нед. – 12
17	Теория и практика антикризисного управления	38	31 нед. – 8 32 нед. – 20 33 нед. – 10
18	Итоговая аттестация	4	33 нед. – 4
ИТОГО		**654**	**33 нед.**

7. Содержание программ дисциплин (модулей) учебного курса

Рабочие программы дисциплин (модулей) представлены по каждой дисциплине (модулю**)** учебного курса «Международный менеджмент и маркетинг»:

Содержание программы по дисциплине 1:
Экономическая теория

Лекция 1. Этапы развития экономической теории

Предмет и метод экономической теории. Функции экономической теории и её место среди общественных наук. Этапы развития экономической теории. Потребности, ресурсы и общественное производство. Фундаментальные проблемы экономики и производственные возможности. Собственность и её формы. Экономические системы и их типы.

Лекция 2. Субъекты экономики, факторы производства. Деньги

Субъекты экономики и их взаимодействие. Факторы производства. Производственная функция и производительность. Сферы экономической деятельности и кругооборот. Воспроизводство и его виды. Сущность и функции денег.

Лекция 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие

Сущность и структура рынка. Спрос и его характеристики. Предложение на товарных рынках. Рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения.

Лекция 4. Поведение потребителей в рыночной экономике

Полезность и ее значение в экономике. Предельная полезность и ее закон. Кривые безразличия и их свойства. Бюджетные ограничения потребителя. Рациональный потребитель и максимизация полезности. Кривые доход-потребление и цена-потребление. Эффекты дохода и замещения.

Лекция 5. Фирма в рыночной экономике

Фирма как хозяйствующий субъект. Издержки фирмы: классификация и особенности. Виды издержек и их анализ. Эффект масштаба производства. Конкуренция и монополия в рыночной экономике.

Лекция 6. Рынки факторов производства

Значение и особенности рынков факторов производства. Рынок труда и заработная плата. Распределение доходов и социальное неравенство. Капитал как фактор производства. Земля как фактор производства.

Лекция 7. Национальная экономика и ее основные показатели

Введение в макроэкономику. Агрегирование и модели в макроэкономике. Международная система национальных счетов. Валовой внутренний продукт (ВВП). Валовой национальный продукт и чистые продукты. Национальный доход и доходы домохозяйств. Национальное богатство.

Лекция 8. Макроэкономическое равновесие

Совокупный спрос и его факторы. Совокупное предложение и его особенности. Макроэкономическое равновесие. Равновесие товарного рынка. Механизм мультипликатора и модель «доходы-расходы».

Лекция 9. Макроэкономическая нестабильность. Цикличность экономического роста

Экономический рост и его измерение. Инфляция: сущность и причины. Инфляция и макроэкономическое равновесие. Антиинфляционная политика. Экономические циклы и их характеристики. Причины цикличности и антициклическая политика.

Лекция 10. Государство в рыночной экономике

Государство как субъект рыночной экономики. Объекты и направления государственного регулирования. Фискальная политика и ее содержание. Формы фискальной политики. Налоговая система и кривая Лаффера. Государственный бюджет.

Содержание программы по дисциплине 2:
Методы научного исследования

Лекция 1. Наука и научное исследование

Наука как социокультурный феномен и система знаний. Сущность, задачи и структура научного исследования. Творчество как ядро научного поиска: сущность, виды и процесс. Научное знание: производство, структура и проблема достоверности. Новизна как ценность и результат научной работы. Мотивационная основа научной деятельности.

Лекция 2. Методология научного исследования

Сущность и значение методологии в науке. Процесс освоения знания: от потребности к смыслу. Методологические основания и основные элементы научного поиска. Категориальный аппарат и этапы научного исследования.

Лекция 3. Теоретические методы научного исследования

Сущность научного метода и его формирование. Классификация научных методов и теоретический уровень познания. Аналитические теоретические методы. Синтезирующие и объяснительные теоретические методы. Методы объяснения в научном исследовании.

Лекция 4. Эмпирические методы научного исследования

Сущность и логика эмпирического познания. Классические методы эмпирического исследования: наблюдение, измерение, эксперимент. Методы работы с информацией и документами. Методы опроса и статистического анализа. Факт как фундамент эмпирического знания.

Лекция 5. Статистические методы обработки данных

Измерение и шкалы: перевод качеств в величины. Меры центральной тенденции: поиск типичного значения. Меры изменчивости: оценка разброса данных. От первичной обработки к интерпретации результатов.

Лекция 6. Принципы научного исследования

Понятие и роль принципа в методологическом аппарате науки. Философско-методологические принципы: всеобщая связь и развитие. Принципы историзма, детерминизма, структурности и системности. Принципы объективности и субъективности в научном познании. Специфические принципы политологического исследования. Реализация принципов в исследовательской деятельности и нормативная база.

Содержание программы по дисциплине 3:
Теория организации и организационное поведение

Лекция 1. Теория организации, ее место в системе научных знаний

Теория организации как интегративная наука. Многогранность понятия «организация». Организация как объект исследования: ключевые элементы и подходы. Междисциплинарные связи теории организации. Предмет и структура организационных отношений. Методы и функции теории организации.

Лекция 2. Процессные и системный подходы к организации. Жизненный цикл организации

Организация как система: сущность, признаки и классификации. Социальная организация как целевая управляемая система. Классификация организаций: основные критерии и виды. Внешняя среда организации: сложность, динамизм и неопределенность. Основные формы организаций в соответствии с Гражданским кодексом РФ. Понятие и этапы жизненного цикла организации (ЖЦО). Современные модели жизненного цикла организации (Грейнер, Адизес).

Лекция 3. Основополагающие законы организации

Законы и закономерности как основа теории организации. Закон синергии: потенциал целого. Закон самосохранения: борьба за выживание. Закон развития: необратимость и

направленность изменений. Законы организации II уровня: информационный и структурный порядок. Специфические и частные законы социальной организации.

Лекция 4. Организация и управление

Управление как специфический вид трудовой деятельности. Свойства и структура процесса управления. Технологии и методы управленческого воздействия. Организационная структура: сущность, типы и факторы формирования. Типология организаций и их структур по характеру взаимодействия. Создание эффективной организации и современные тенденции.

Лекция 5. Организационное поведение как комплексное междисциплинарное знание и возможности его применения в управлении организацией

Организация как система и объект изучения. Эволюция роли человека в управлении. Сущность, предмет и цели организационного поведения (ОП). Генезис и мультидисциплинарные основания науки об организационном поведении. Система ключевых понятий и базовые компоненты организационного поведения. Организационное поведение как прикладная наука: модели и применение.

Лекция 6. Поведение человека в организации. Личность в организации

Поведение в организации: базовые понятия и виды. Личность в организации: характеристики и процесс социализации. Конфликт в организации: сущность, типология и причины. Управление конфликтом и формы организационной власти. Феномен лидерства: теории и современные концепции.

Лекция 7. Управление групповым поведением в организации

Природа и основы группового поведения. Структура, теории формирования и эффективность групп. Внешние и внутренние факторы поведения рабочих групп. Мотивация как ключевой инструмент управления поведением. Сущность, типы и классификация организационных изменений. Модели управления организационными изменениями. Преодоление сопротивления изменениям.

Лекция 8. Современные аспекты и перспективы развития теории организации и организационного поведения

Сущность, определение и ключевые элементы организационной культуры. Типологии и модели организационной культуры. Формирование, поддержание и изменение организационной культуры. Влияние организационной культуры на эффективность организации. Основные парадигмы развития организационных систем. Классические и современные подходы к организационным структурам. Перспективные организационные структуры: особенности и возможности применения.

Содержание программы по дисциплине 4:
Экономические основы управленческой деятельности

Лекция 1. Введение в дисциплину «Экономические основы управленческой деятельности»

Ключевые концепции управления экономическими системами. Содержание, значение и задачи экономического анализа. Системы управления организациями. Культура и структура организации. Организационная память и процессы создания знаний. Инновация как основа конкурентного преимущества.

Лекция 2. Социально-экономические условия развития бизнеса

Бизнес в условиях рынка. Подсистемы внешней и внутренней предпринимательской среды. Уставный капитал и имущество предприятия. Основные фонды предприятия. Амортизация и показатели использования основных фондов. Оборотные средства предприятия.

Лекция 3. Бизнес-планирование в деятельности организации

Бизнес-план как основной документ для получения инвестиций. Структура бизнес-плана. Титульный лист и общая характеристика фирмы. Описание товара или услуги и план маркетинга. Организационный план. Финансовый план и оформление бизнес-плана.

Лекция 4. Управление качеством продукции и услуг

Понятие и показатели качества продукции и услуг. Подходы к менеджменту качества. «Звезды» качества и тотальный менеджмент качества. Жизненный цикл продукции и статистические методы. Техническое регулирование в управлении качеством. Подтверждение соответствия, метрология и государственная служба.

Лекция 5. Финансовое положение организации

Сущность и назначение анализа финансовой деятельности. Показатели финансового состояния и источники финансирования. Виды финансового анализа. Прибыль и ее факторный анализ. Банкротство фирмы. Влияние внешних политик на финансовое положение.

Лекция 6. Ценовая политика бизнеса. Показатели оценки

Понятие и роль цены товара. Разработка ценовой политики фирмы. Система цен и их классификация. Спрос, предложение и конкуренция. Государственное регулирование цен. Методы ценообразования.

Лекция 7. Риски в бизнесе

Сущность и классификация предпринимательских рисков. Факторы, влияющие на уровень риска. Классификация типов и видов рисков. Пути снижения риска. Методы снижения риска. Механизмы снижения риска.

Лекция 8. Кадровое обеспечение бизнеса

Сущность и принципы системы кадрового обеспечения. Методы управления персоналом. Планирование кадров. Карьера работника. Культура управленческой деятельности.

Содержание программы по дисциплине 5:
Маркетинг

Лекция 1. Социально-экономические основы маркетинга

Социально-экономическая сущность маркетинга. Основные категории маркетинга. Концепции маркетинга. Цели и задачи маркетинговой деятельности. Сферы распространения маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс).

Лекция 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара

Сущность и роль сегментирования рынка. Принципы и подходы к сегментированию рынка. Сегментирование потребительских рынков. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке.

Лекция 3. Товарная политика и товародвижение

Сущность и цели товарной политики. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент и номенклатура. Разработка новых товаров. Марка, упаковка и сервисное обслуживание. Каналы распределения товаров и услуг. Структура и управление товародвижением.

Лекция 4. Политика и методы ценообразования

Сущность и функции цены в маркетинге. Проблемы и условия ценообразования. Анализ спроса и конкуренции. Методы и процесс ценообразования. Стратегии и тактики ценообразования. Ценовая политика и ценовая конкуренция.

Лекция 5. Маркетинговая коммуникация

Сущность и элементы маркетинговой коммуникации. Процесс разработки маркетинговой коммуникации. Реклама как инструмент маркетинговой коммуникации. Стимулирование сбыта и его особенности. Пропаганда (PR) и ее роль в маркетинге. Личная продажа и управление комплексом стимулирования.

Содержание программы по дисциплине 6:
Информационные технологии в менеджменте

Лекция 1. Понятие информационных технологий

Определение информационных технологий. Состав информационных технологий. Функции информационных технологий. Виды информационных технологий. Применение информационных технологий в профессиональной деятельности. Роль информационных технологий в современном обществе.

Лекция 2. Компьютерные программы для статистической обработки данных

Понятие компьютерных программ для статистической обработки данных. Пакет анализа и его основные опции. Описательная статистика в программах обработки данных. Корреляционный анализ в статистических программах. Регрессионный анализ в программах обработки данных. Применение статистических методов в профессиональной деятельности.

Лекция 3. Методы и средства сбора, обработки, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в СУБД

Понятие системы управления базами данных. Принципы создания основных объектов базы данных. Схема данных в СУБД. Методы сбора и ввода данных в СУБД. Методы хранения, накопления и преобразования данных в СУБД. Методы обработки и передачи данных в СУБД.

Лекция 4. Технология работы с мультимедийными прикладными программами

Понятие мультимедийных прикладных программ. Современные способы организации презентаций. Создание и оформление презентаций. Способы достижения единообразия в оформлении презентации. Работа с графическими редакторами. Применение мультимедийных программ в профессиональной деятельности.

Лекция 5. Работа с таблицей Excel как с базой данных

Создание базы данных в табличном процессоре MS Excel. Фильтрация данных в Excel. Использование расширенного фильтра. Сортировка информации по выбранному критерию. Фильтрация по диапазону значений и подведение промежуточных итогов. Создание сводной таблицы.

Лекция 6. Технология рассылки массовой корреспонденции. Ассистент слияния в MS Word

Технология рассылки массовой корреспонденции. Ассистент слияния в MS Word. Работа с письмами в MS Word. Использование технологии рассылки с ассистентом слияния. Практическое применение массовой корреспонденции. Оптимизация и моделирование рассылок.

Содержание программы по дисциплине 7:
Организация бизнеса и управление изменениями

Лекция 1. Исследования современной среды бизнеса

Новые направления в стратегическом мышлении. Современная среда бизнеса. Модель 3 «С». Внешние причины организационных изменений. Цели развития. Роль стратегического менеджмента в обеспечении организационных изменений.

Лекция 2. Закономерности развития организаций

Виды моделей организационных изменений. Модель управления изменениями Л. Грейнера. Модель жизненного цикла И. Адизеса. Патологии и болезни роста организаций.

Лекция 3. Сущность, цели и принципы управления изменениями

Понятия и история развития организационных изменений. Классификация организационных изменений. Компоненты процесса преобразований. Причины и последствия крупных перемен в организации. Причины индивидуального и группового сопротивления. Системное сопротивление: зависимость сопротивления от управленческой компетенции. Природа спонтанных изменений, адаптивные изменения.

Лекция 4. Организационные изменения: понятие, модели, управление

Понятие организационных изменений. Модели организационных изменений. Управление изменениями. Сопротивление изменениям. Факторы успеха организационных изменений. Риски и барьеры в организационных изменениях.

Лекция 5. Инструменты проведения организационных изменений

Организационная адаптация и изменение. Понятие об организационной диагностике. Методы диагностики организационных изменений. Методы организационного анализа: STEP-анализ и SWOT-анализ. Методы организационного анализа: причинно-следственная схема Исикава и анализ поля сил К. Левина. Методы организательного анализа: системная карта и схема «входа-выхода». Выбор методов диагностики и анализа при изменениях в организации.

Лекция 6. Роль организационной культуры и структуры в управлении изменениями

Диагностика организационной культуры. Содержание организационной культуры. Организационное развитие как метод изменения организационной культуры. Классификация организационных культур. Фирменные стандарты как часть корпоративной культуры; Компоненты корпоративной культуры. Стадии развития корпоративной культуры. Адаптирующаяся организационная культура.

Лекция 7. Реструктуризация организации

Три области проведения структурных преобразований. Реинжиниринг бизнес-процессов. Условия проведения реструктуризации. Этапы проведения реструктуризации. Концепция обучающейся организации: индивидуальное и организационное обучение. Лидерство в процессе изменений и создании обучающейся организации.

Содержание программы по дисциплине 8:
Управление результативностью и эффективностью бизнеса

Лекция 1. Теоретические подходы к управлению эффективностью бизнеса

Основные цели и базовые понятия дисциплины. Эффективность как комплексный показатель и организация как система. Матрица эффективности и модель McKinsey 7S. BPM (CPM, EPM) как система управления эффективностью бизнеса. Инструментарий системы управления эффективностью (EPM). Управление персоналом и по целям в рамках EPM.

Лекция 2. Стратегии эффективного роста. Современные модели

Стратегия роста как основа развития и концепция прибыльного роста. Модель трех горизонтов роста: сущность и применение. Управление портфелем роста: равновесие и нестабильные модели. Управление компанией с учетом специфики горизонтов роста. Модель MACS (Market-Activated Corporate Strategy) для стратегического анализа.

Лекция 3. Построение эффективной модели бизнеса

Устойчивое развитие как контекст и сущность бизнес-модели. Классификации и практическое применение бизнес-моделей. Исторические и концептуальные схемы

бизнес-моделирования. Современные шаблоны бизнес-моделей: структура и элементы. Организационная компонента и итоговая роль бизнес-модели.

Лекция 4. Управление компанией на основе BSC

Ключевые показатели деятельности (KPI): сущность, назначение и критерии выбора. Сбалансированная система показателей (BSC/ССП) как стратегический инструмент. Причинно-следственные связи, стратегическая карта и основные элементы BSC. Классификация ключевых показателей эффективности (KPI).

Лекция 5. Бюджетирование как управленческая технология

Бюджетирование в системе управления: связь со стратегией и цикл управления. Новые подходы и классификация бюджетов. Практические аспекты бюджетирования: кризис, денежные потоки и прогнозирование. Финансовое моделирование и организационные основы бюджетирования.

Лекция 6. Этапы и инструменты построения эффективной организации

Жизненный цикл организации и кризисы роста. Диагностика как основа стратегических изменений. Ключевые проблемы эффективного управления. Корректировка структуры под стратегию развития. Распределение ответственности и координация. Связь показателей эффективности и мотивации. Моделирование бизнес-процессов как инструмент управления.

Содержание программы по дисциплине 9: Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями в организации

Лекция 1. Сущность и методология маркетинговых исследований

Сущность, цели и задачи маркетинговых исследований. Принципы, этика и классификация маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинга и система МИС. Методология и процесс маркетингового исследования. Организация маркетинговых исследований.

Лекция 2. Методы сбора маркетинговой информации

Методы опроса: сущность и классификация. Экспертные оценки и методы работы с экспертами. Панельные исследования: организация и виды. Качественные методы: фокус-группы и наблюдение. Эксперимент и современные методы сбора данных.

Лекция 3. Методы исследования внешней среды и рынка сбыта организации

Исследование маркетинговой среды: внутренний и внешний анализ. Исследование рынка: сущность, классификация и конъюнктура. Количественные параметры рынка и основы сегментации. Классические критерии сегментации потребительского рынка. Углубленные методы сегментации потребительского рынка. Сегментация рынка B2B и завершающий этап стратегического выбора.

Лекция 4. Исследования товаров, конкурентов и потребителей продукта организации

Товар как объект маркетинговых исследований: сущность, классификация и уровни. Жизненный цикл и конкурентоспособность товара. Исследования в области разработки и управления товарным ассортиментом. Этапы исследований нового продукта и специальные исследования. Исследования конкурентов и ценообразования. Исследования потребителей: потребности, мотивы и модели поведения.

Лекция 5. Управление маркетинговыми коммуникациями

Сущность и структура комплекса маркетинговых коммуникаций (Маркетинг-микс). Процесс планирования коммуникаций и интеграция. Реклама как инструмент продвижения. Связи с общественностью (PR) и формирование имиджа. Стимулирование сбыта (Sales Promotion). Прямой маркетинг и личные продажи.

Лекция 6. Исследования маркетинговых коммуникаций

Введение в исследования маркетинговых коммуникаций и медиаисследования. Методология оценки эффективности рекламы. Пост-анализ эффективности и оценка других инструментов продвижения. Специальные формы исследований и комплексная коммуникативная политика. Внутренние маркетинговые коммуникации и мотивация персонала. Социально-экономическая роль и теоретические основы коммуникаций.

Содержание программы по дисциплине 10:
Логистика и управление цепями поставок

Лекция 1. Понятие и виды логистики

Сущность, эволюция и роль логистики. Логистика как наука и хозяйственная деятельность. Логистические системы и принципы организации процессов. Цель, эффекты и функциональные области логистики. Взаимосвязь логистики с другими управленческими функциями.

Лекция 2. Управление цепями поставок

Сущность, эволюция и структура цепей поставок. Логистические системы: сущность и свойства. Макро- и микрологистические системы. Стратегические основы и динамика управления цепями поставок. Интеграция SCM в деятельность предприятия.

Лекция 3. Подходы и методы управления запасами в цепях поставок

Сущность и роль запасов в логистических системах. Экономические аспекты и показатели управления запасами. Ключевые модели управления запасами. Специальные модели и современные аспекты управления запасами. Логистика закупок: цели, задачи и организация. Планирование в управлении цепями поставок: стратегия и мощность.

Лекция 4. Транспортировка в цепях поставок

Транспорт в логистике: сущность, роль и классификация. Сравнительная характеристика видов транспорта. Задачи и решения транспортной логистики. Организация и обеспечение транспортного процесса. Роль логистических провайдеров в транспортировке. Экономика и перспективы транспортной логистики.

Лекция 5. Роль складов в управлении цепями поставок

Склады в логистике: сущность, двойственная роль и задачи. Классификация складов и их функции в цепи поставок. Логистический процесс на складе: структура и ключевые операции. Технология выполнения заказов и сервис на складе. Система складирования и показатели эффективности. Принятие решений и развитие складской логистики.

Лекция 6. Управление цепями поставок на основе применения информационных технологий

Информационная логистика: сущность, роль и базовые понятия. Логистические информационные системы: структура и уровни. Принципы построения и интеграции информационных систем. Технологии автоматизированной идентификации: штриховое кодирование. Прикладные технологии и эффекты внедрения информационных систем.

Содержание программы по дисциплине 11:
Бизнес - планирование и моделирование бизнес - процессов

Лекция 1. Основы моделирования бизнес-процессов

Введение в процессный подход: сущность и эволюция. Бизнес-процесс: определение, классификация и ключевые элементы. Документирование, показатели и мониторинг бизнес-процесса. Моделирование бизнес-процессов: цели, причины и этапы. История и основные методологии моделирования бизнес-процессов.

Лекция 2. Методологии моделирования бизнес-процессов

Эволюция, подходы и базовые методологии моделирования. Методологии потоков данных и комплексные платформы. Инструментальные системы для моделирования бизнес-процессов. Качественный анализ бизнес-процессов. Количественный и имитационный анализ бизнес-процессов.

Лекция 3. Методологические основы разработки бизнес-плана на предприятии

Предпринимательство, бизнес и роль планирования в экономике. Бизнес-планирование: сущность, цели, задачи и типология. Ключевые функции и требования к бизнес-плану. Структура бизнес-плана и процесс его разработки. Особые аспекты бизнес-планирования: финансирование, правовая защита и команда.

Лекция 4. Содержание и организация бизнес-планирования на предприятии

Сущность, значение и организация бизнес-планирования. Методологические основы бизнес-планирования. Бизнес-план как ключевой документ. Содержание и этапы реализации бизнес-плана. Управление реализацией по результатам и инфраструктура процесса. Преодоление сопротивления изменениям в процессе реализации.

Лекция 5. Структура и содержание разделов бизнес-плана

Общая структура и вводные разделы бизнес-плана. Описание компании, отрасли и продуктовой стратегии. Маркетинговый план: анализ рынка и стратегия. Производственная и организационная составляющие. Финансовое планирование, риски и юридические основы.

Лекция 6. Рекомендации к методике составления отдельных разделов бизнес-плана

Общие принципы и технологическая поддержка бизнес-планирования. Рекомендации по подготовке концептуальных разделов плана. Рекомендации по разработке операционных разделов плана. Рекомендации по формированию финансового плана и работе с ошибками. Ошибки в документальном оформлении и в специальных видах деятельности.

Содержание программы по дисциплине 12:
Международный менеджмент и маркетинг

Лекция 1. Введение в международный менеджмент и маркетинг

Сущность международного бизнеса и менеджмента. Факторы развития. Периодизация развития и современные черты международного бизнеса. Стадии интернационализации бизнеса и формы выхода на рынок. Транснациональные корпорации (ТНК) и функции международного менеджмента. Предпосылки, сущность и эволюция международного маркетинга. Виды, мотивы и цели международного маркетинга. Особенности, проблемы и решения в международном маркетинге.

Лекция 2. Международная конкуренция как основной фактор возникновения и развития международного менеджмента и маркетинга

Сущность и роль международной конкуренции в современной экономике. Анализ конкурентов и конкурентной среды на международном рынке. Модель пяти конкурентных сил М. Портера и виды конкурентных преимуществ. Глобальная конкуренция и стратегии международных компаний. Детерминанты национальной конкурентоспособности и роль государства. Проблемы и перспективы повышения международной конкурентоспособности экономики России.

Лекция 3. Среда реализации решений международного менеджмента. Стратегическое планирование в международной компании.

Определение и многомерный характер среды международного менеджмента. Политико-правовая среда международной деятельности. Экономическая и социально-культурная среда. Технологическая, демографическая и природно-географическая среда. Глобальная конкуренция и тотальное управление качеством. Стратегическое планирование в международной компании: сущность и организация. Особенности внешней среды России и стратегические цели российских предприятий.

Лекция 4. Менеджмент международных бизнес-операций.

Классификация и сущность международных торговых операций. Встречная торговля и торговое посредничество. Институционально-конкурсные методы торговли. Международный трансфер технологий: лицензирование, франчайзинг, инжиниринг. Организация производственной деятельности за рубежом. Международный лизинг как форма аренды.

Лекция 5. Характеристика современной международной маркетинговой деятельности

Сущность и значение международных маркетинговых исследований. Организация системы информации и источники данных. Методы сбора данных в международных

исследованиях. Международная сегментация рынков: принципы и методы. Специфические методы международной сегментации. Национальные стили ведения деловых переговоров.

Лекция 6. Управление человеческими ресурсами в международных компаниях

Сущность и типы кадровых стратегий в международных компаниях. Особенности управления международными коллективами. Стратегии подбора и отбора персонала для зарубежных подразделений. Работа с экспатриантами и менеджерами третьих стран. Обучение, аттестация и особенности труда международных менеджеров. Система оплаты и стимулирования труда в международной компании. Корпоративная культура как ключевой ресурс в международном бизнесе.

Содержание программы по дисциплине 13:
Управление рекламной деятельностью организации

Лекция 1. Методологические основы рекламной деятельности организации

Многогранная роль рекламы в современном обществе. Критический взгляд и другие аспекты влияния рекламы. Сущность, основные черты и функции рекламы. Участники процесса, цели и задачи рекламы. Классификация рекламы по способу воздействия и выражению. Каналы распространения и средства рекламы.

Лекция 2. Средства распространения рекламы

Классификация видов и средств рекламы. Основные средства распространения рекламы и их характеристики. Разработка эффективного рекламного обращения. Специализированные и комплексные средства рекламы. Современные средства распространения рекламы: Интернет. Критерии выбора средств распространения рекламы.

Лекция 3. Стратегии создания рекламного образа

Сущность и взаимосвязь рекламной стратегии и рекламной идеи. Рационалистические рекламные стратегии. Эмоциональные (проекционные) рекламные стратегии. Сравнительный анализ и принципы выбора типа стратегии. Методические приемы (игры) для генерации рекламных идей. Универсальные творческие приемы создания рекламной идеи. Основополагающие принципы создания качественной рекламной идеи.

Лекция 4. Методика создания рекламных обращений

Понятие и общие принципы создания рекламного обращения. Процесс разработки рекламных обращений. Структурные элементы рекламного обращения: текстовые компоненты. Структурные элементы рекламного обращения: изобразительные компоненты. Роль цвета в рекламном обращении. Шрифт в рекламе: классификация и требования. Требования к изобразительному ряду и компоновка элементов.

Лекция 5. Основы медиапланирования

Понятие, этапы и ограничения медиапланирования. Медиастратегия: модели и разработка. Выбор средств распространения рекламы и формирование медиа-набора. Ключевые медиапоказатели и расчет бюджета. Анализ активности конкурентов на

рекламном рынке. Медиаисследования: задачи, функции и классификация. Методы медиаисследований и замер аудитории.

Лекция 6. Основные показатели и категории медиапланирования

Базовые аудиторные показатели эффективности медианосителя. Показатели интенсивности и соответствия аудитории. Финансовые показатели эффективности медиакампаний. Концепции планирования охвата и частоты. Специфика показателей для телевидения и радио. Специфика показателей для печатных СМИ и наружной рекламы. Показатели эффективности интернет-рекламы.

Лекция 7. Планирование рекламных кампаний

Понятие, классификация и типовые стратегии рекламных кампаний. Подготовительный этап: анализ и целеполагание. Стратегическое планирование: позиционирование и креатив. Основы медиастратегии и медиапланирования. Тактическое медиапланирование и реализация кампании. Связь PR, рекламы и интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

Лекция 8. Финансовые основы и эффективность рекламной деятельности

Методы определения рекламного бюджета. Анализ методов и факторов формирования бюджета. Понятие и виды эффективности рекламы. Методы оценки эффективности по времени проведения. Контроль рекламной деятельности. Количественная оценка экономической эффективности.

Содержание программы по дисциплине 14: Управление персоналом

Лекция 1. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием. Современные концепции управления персоналом

Предмет, цели и задачи управления персоналом. Принципы управления персоналом как основа эффективной работы с кадрами. Внешние и внутренние факторы, влияющие на управление человеческими ресурсами. Эволюция подходов и концепций управления персоналом. Современные концепции: от ресурса к субъекту. Взаимосвязь функции управления персоналом с другими функциями и современные тенденции.

Лекция 2. Управление персоналом как система. Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом

Сущность, цели, элементы и функциональные подсистемы системы управления персоналом. Персонал как объект управления: классификации и состав. Принципы построения и методы воздействия в системе управления персоналом. Организационная структура службы управления персоналом: типы и характеристики. Функции, задачи и профессиональный состав службы управления персоналом.

Лекция 3. Стратегии управления персоналом. Кадровая политика организации

Введение в стратегическое управление персоналом. Понятие и виды кадровой политики организации. Типы кадровой политики: открытая и закрытая. Стратегия управления персоналом: сущность и составляющие. Практические кадровые стратегии на разных

этапах жизненного цикла организации. Процесс разработки, реализации и оценка кадровой политики.

Лекция 4. Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом

Правовое обеспечение работы с персоналом: основы и задачи. Нормативно-методическое обеспечение: документы и регламентация. Документационное обеспечение: цикл работы с кадровыми документами. Информационное обеспечение: показатели и системы. Техническое и кадровое обеспечение службы управления персоналом. Нормативная база и международные стандарты в управлении персоналом.

Лекция 5. Технология найма, оценки и отбора персонала. Адаптация персонала.

Подходы к формированию персонала и модель компетенций. Технология найма: источники и методы поиска персонала. Методы и этапы отбора персонала. Собеседование как ключевой метод отбора. Адаптация персонала: цели, виды и процесс. Цифровизация и оценка эффективности процессов найма и адаптации.

Лекция 6. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала

Роль и виды профессионального обучения персонала. Организация обучения: места и общие методы. Методы профессионального обучения на рабочем месте. Методы профессионального обучения вне рабочего места. Процесс управления профессиональным обучением: от потребностей до целей. Процесс управления профессиональным обучением: содержание, бюджет и оценка. Система развития персонала и коэффициент профессиональной перспективы.

Лекция 7. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала

Сущность мотивации и ключевые понятия. Первоначальные (поведенческие) теории мотивации. Содержательные теории мотивации (базирующиеся на потребностях). Процессуальные теории мотивации (базирующиеся на поведении). Система стимулирования: методы, формы и принципы. Оценка эффективности управления персоналом и мотивации.

Содержание программы по дисциплине 15:
Бухгалтерский управленческий учет

Лекция 1. Содержание, принципы и назначение бухгалтерского управленческого учета. Классификация затрат.

Сущность и основы управленческого учета. Методология и информационная база управленческого учета. Сравнительный анализ управленческого и финансового учета. Основные понятия и классификация затрат. Классификация затрат для принятия управленческих решений. Классификация затрат для контроля и регулирования.

Лекция 2. Калькулирование себестоимости продукции, как элемент системы бухгалтерского управленческого учета. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости.

Себестоимость продукции: сущность, виды и структура затрат. Учет и нормирование расходов на оплату труда и косвенных расходов. Распределение косвенных расходов и основы калькулирования. Методология калькулирования себестоимости. Процессные методы учета затрат и калькулирования. Заказные и функциональные методы учета затрат.

Лекция 3. Анализ безубыточности и маржинальный анализ в системе управленческого учета.

Сущность и цели CVP-анализа. Точка безубыточности: модель и методы расчета. Маржинальный доход: понятие, расчет и значение. Применение маржинального подхода в управлении. Операционный рычаг: сущность и количественная оценка. Влияние операционного рычага на риск и прибыль.

Лекция 4. Бюджетирование и контроль затрат

Понятие, цели и этапы бюджетирования в управленческом учете. Классификация и виды бюджетов. Особенности статических и гибких бюджетов. Бюджетный цикл и требования к формированию бюджета. Автоматизация процессов бюджетного управления. Система контроля на основе бюджетирования.

Лекция 5. Принятие управленческих решений на основании данных бухгалтерского управленческого учета

Сущность и роль управленческих решений в системе менеджмента. Классификация управленческих решений. Общий алгоритм и методы принятия управленческих решений. Информационная база для решений: методы калькулирования. Принятие краткосрочных операционных решений. Принятие тактических решений о структуре затрат. Принятие стратегических решений на основе данных учета.

Содержание программы по дисциплине 16:
Анализ и управление ресурсами организации

Лекция 1. Содержание управления ресурсами организации

Исторические истоки управления ресурсами. Сущность и базовые понятия ресурсов организации. Классификация ресурсов предприятия. Характеристика основных видов ресурсов. Основы процесса управления ресурсами. Практика управления ключевыми ресурсными группами. Современные подходы и проблемы в управлении ресурсами.

Лекция 2. Управление материальными ресурсами

Понятие и экономическая сущность материальных ресурсов. Классификация и виды материальных ресурсов предприятия. Методы формирования и нормирования материальных ресурсов. Система управления материальными ресурсами: функции и процессы. Регламентация управления: этапы и разработка Положения. Управление группами запасов и аналитические инструменты.

Лекция 3. Финансовые ресурсы

Понятие, сущность и состав финансовых ресурсов предприятия. Капитал предприятия: структура и источники формирования. Источники формирования основного и

оборотного капитала. Прибыль как источник и критерий эффективности. Инновационный аспект и управление в условиях риска.

Лекция 4. Трудовые и человеческие ресурсы

Сущность и структура трудовых ресурсов организации. Трудовой потенциал: основа эффективности. Переход к экономике знаний: человеческий капитал. 4. Интеллектуальный капитал как ключевой актив. Инвестиции в развитие человеческого капитала. Управление нематериальными активами и интеллектуальной собственностью.

Лекция 5. Анализ и оценка ресурсов

Система информационного обеспечения как основа анализа. Маркетинговая деятельность и исследование рынка. Товарная политика и жизненный цикл товара. Формирование ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии как инструмент маркетинга. Сущность и детерминанты конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Лекция 6. Планирование ресурсов

Сущность и система планирования на предприятии. Методы и система планов предприятия. Бизнес-планирование: сущность и роль. Производственный и организационный контекст планирования. История и сущность современных систем планирования (MRP, MRP II, ERP). ERP-система: структура, преимущества и недостатки.

Лекция 7. Проблемы и подходы к управлению ресурсами организации

Сущность и проблемы рационального использования ресурсов. Производственные возможности, эффективность и фундаментальные законы. Определение потребности и система показателей ресурсоемкости. Стратегия и факторы ресурсосбережения на предприятии. Нормирование ресурсов как основа эффективного управления.

Лекция 8. Новые методы управления ресурсами в современной мировой практике

Информационная экономика и общество: сущность и этапы становления. От информации к знаниям: управление ключевыми ресурсами. Стратегия и практика коммерциализации интеллектуальной собственности. Управление интеллектуальной собственностью как нематериальным активом.

Содержание программы по дисциплине 17: Теория и практика антикризисного управления

Лекция 1. Кризисы и их роль в социально-экономическом развитии. Природа экономических кризисов: закономерности и современные тенденции

Понятие кризиса в социально-экономической системе. Типология кризисов. Признаки, распознавание и управление кризисом. Сущность и закономерности экономических кризисов. Теории причин экономических кризисов и цикличности. Современные тенденции и модификация экономических циклов. Особенности системного кризиса (на примере российской экономики).

Лекция 2. Основные черты антикризисного управления. Государство и его роль в антикризисном управлении

Сущность, возможность и необходимость антикризисного управления. Проблематика и основные черты антикризисного управления. Функции и стратегии антикризисного управления. Роль государства в экономике и антикризисном управлении. Государственное регулирование кризисных ситуаций.

Лекция 3. Предприятие как субъект и объект антикризисного управления

Предприятие в системе рыночных отношений и его функции. Симптомы, факторы и причины кризиса на предприятии. Факторы эффективности антикризисного управления предприятием. Основные показатели деятельности предприятия и причины его кризисного состояния. Оценка эффективности антикризисного управления на предприятии.

Лекция 4. Процедура банкротства предприятия

Комплексная диагностика предприятия: критерии и содержание. Диагностика несостоятельности: виды, методы и анализ финансового состояния. Коэффициентный анализ платежеспособности и финансовой устойчивости. Международная практика и законодательные основы банкротства. Виды банкротства и правовые последствия. Информационное обеспечение диагностики кризиса.

Лекция 5. Инвестиционная политика в антикризисном управлении

Сущность, признаки и классификация инвестиций. Субъекты, объекты и формы участия в инвестиционном процессе. Цели, критерии и роль государства в инвестиционной политике. Инвестиционный кризис: состояние, факторы и стратегия в антикризисном управлении. Источники финансирования инвестиций в условиях ограниченных ресурсов. Методы оценки инвестиционных проектов и инвестиционной привлекательности.

8. Организационно – педагогические условия программы

8.1. Материально – технические условия реализации программы.

Реализация программы профессиональной переподготовки осуществляется на материально-технической базе АНО ВО «Российский новый университет», обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс организован с применением дистанционных образовательных технологий посредством платформы дистанционного обучения «GetCourse».

8.2. Учебно – методическое и информационное обеспечение программы

Слушателям предоставляется бесплатный доступ к ресурсам электронной информационно-образовательной среды на сайте Центра дополнительного образования РосНОУ.

Каждый слушатель на время занятий обеспечивается комплектом учебно-методических материалов, содержащим электронные информационные разработки, учебные видеофильмы.

8.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

К реализации программы привлечены научно-педагогические работники РосНОУ, имеющие, как правило, ученую степень кандидата наук и стаж научно-педагогической работы более 3 лет, а также научные публикации, соответствующие направлению данной программы.

№ п/ п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень и ученое звание (при наличии)	Стаж работы по специальности более
1.	Ганина Светлана Александровна	Кандидат педагогических наук, доцент	22 лет
2.	Глинкина Ольга Владимировна	Кандидат экономических наук, профессор	31 года
3.	Гуреева Марина Алексеевна	Кандидат технических наук, доцент	18 лет
4.	Кирмикчи Василий Иванович	Кандидат исторических наук, доцент	27 лет
5.	Кузина Маргарита Николаевна	Кандидат экономических наук, доцент	13 лет
6.	Новикова Марина Михайловна	Кандидат социологических наук, доцент	27 лет
7.	Смолина Светлана Георгиевна	Кандидат технических наук, доцент	19 лет
8.	Соколова Екатерина Николаевна	Кандидат экономических наук, доцент	14 лет
9.	Солостина Татьяна Анатольевна	Кандидат педагогических наук	16 лет

9. Контроль и оценка результатов освоения программы

9.1. Формы аттестации

Реализация программы профессиональной переподготовки включает в себя промежуточную и итоговую аттестацию.

Текущий контроль проводится по итогам самостоятельной - внеаудиторной работы слушателя.

Промежуточная аттестация проводится по итогам освоения дисциплины (модуля) в форме зачета или экзамена.

Завершается освоение профессиональной программы переподготовки итоговой аттестацией обучающихся в форме итогового экзамена.

9.2. Оценочные средства

Критерии оценивания промежуточной аттестации в форме экзамена:

Критерии оценки - «Отлично»

Показывает глубокое и полное знание и понимание всего объёма программного материала; полное понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей;

Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами; самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщения, выводы.

Способен устанавливать межпредметные (на основе ранее приобретенных знаний) и внутрипредметные связи, творчески применять полученные знания в незнакомой ситуации.

Последовательно, чётко, связно, обоснованно и безошибочно излагает учебный материал; дает ответ в логической последовательности с использованием принятой терминологии; делает собственные выводы; формулирует точные определения и толкования основных понятий, законов, теорий; при ответе не повторяет дословно текст учебника; излагает материал литературным языком; правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы.

Самостоятельно и рационально использует справочные материалы, знаком с основной и дополнительной литературой, первоисточниками;

Грамотно применяет систему условных обозначений, ориентируется в стандартах (нормативных актах, технических регламентах) сопровождающих ответ; использует для обоснования ответа собственные выводы из наблюдений и опытов;

Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне.

Критерии оценки - «Хорошо»

Показывает знания всего изученного программного материала. Даёт полный и правильный ответ на основе изученных теорий, возможно, допускает незначительные ошибки и недочёты при воспроизведении изученного материала, в определениях понятий.

Допускает неточности в трактовке научных терминов или в выводах и обобщениях из наблюдений и опытов.

Материал излагает в определенной логической последовательности, при этом допускает одну-две несущественные ошибки и может их исправить самостоятельно при требовании или при небольшой помощи преподавателя.

В основном усвоил учебный материал; подтверждает ответ конкретными примерами; правильно отвечает на дополнительные вопросы.

Умеет самостоятельно выделять главные положения в изученном материале; на основании фактов и примеров обобщать, делать выводы, устанавливать внутрипредметные связи.

Способен применять полученные знания на практике, в том числе в видоизменённой ситуации. Способен выбрать адекватный метод (алгоритм, формулы) решения практических заданий и реализовать его. Грамотно анализирует полученные результаты.

Соблюдает основные правила культуры устной речи и сопровождающей письменной, использовать научные термины;

Критерии оценки - «Удовлетворительно»

Усвоил основное содержание учебного материала, но имеет пробелы в усвоении материала, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала.

Материал излагает несистематизировано, фрагментарно, не всегда соблюдая логическую последовательность.

Показывает недостаточную сформированность отдельных знаний и умений; выводы и обобщения аргументирует слабо, допускает в них ошибки.

Допускает ошибки и неточности в использовании научной терминологии, определениях понятий, формулах, этапах алгоритмов.

Не использует выводы и обобщения из собственных наблюдений и опытов или допускает ошибки при их изложении.

Испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения практических заданий, при объяснении конкретных явлений на основе теорий и законов, или в подтверждении конкретных примеров практического применения теории.

Отвечает неполно на вопросы (упуская и основное), или воспроизводит содержание текста учебника, но недостаточно понимает отдельные положения, имеющие важное значение в этом тексте.

Обнаруживает недостаточное понимание отдельных формул, методов, способов расчета, требований нормативных актов (стандартов), допуская одну-две грубые ошибки

Критерии оценки - «Удовлетворительно»

Не раскрывает основное содержание материала. Не делает выводов и обобщений.

Не знает и не понимает значительную или основную часть программного материала в пределах поставленных вопросов или имеет слабо сформированные и неполные знания и не умеет применять их к решению конкретных вопросов и задач по образцу.

При ответе на вопрос допускает грубые ошибки, которые не может исправить даже при помощи преподавателя.

Критерии оценивания промежуточной аттестации в форме зачета:

Отметка ***«зачтено»*** выставляется обучающемуся, знающему программный материал, грамотно и по существу, излагающему его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач.

Отметка ***«не зачтено»*** выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.