

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**

«Управление рисками организации в условиях нестабильности»

Объем программы: 530 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 управления рисками организации в условиях нестабильности.

Цели курса: Сформировать у слушателей системные теоретические знания и прикладные компетенции в области выявления, анализа, оценки и минимизации рисков, возникающих в деятельности современной организации, дать понимание экономических основ функционирования предприятия, принципов стратегического и проектного управления, маркетинга, инновационных моделей бизнеса, а также инструментов управления продуктом, продажами и поведением потребителей для обеспечения экономической безопасности и устойчивого развития бизнеса в условиях нестабильности внешней и внутренней среды.

По итогам успешного прохождения образовательной программы «Управление рисками организации в условиях нестабильности» слушателям присваивается квалификация «Специалист по управлению рисками организации».

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: 530 акад. часов (27 недель – 6,5 месяцев).

Возможно сокращение срока освоения программы по запросу студента:

до 13 недель (3 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 – Управления рисками организации в условиях нестабильности.

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

- Анализировать фундаментальные экономические процессы, поведение рыночных субъектов и макроэкономические показатели для оценки внешней среды функционирования организации и идентификации источников потенциальных угроз.
- Применять методологию и инструменты управления проектами для планирования проектной деятельности, управления сроками, ресурсами и рисками при реализации проектов в организации.
- Использовать концепции, методы и инструменты маркетинга для анализа рыночной среды, сегментирования рынков, разработки товарной и ценовой политики, а также продвижения продуктов организации с учетом факторов риска.
- Анализировать эволюцию теорий менеджмента и применять системный подход к управлению, используя основные функции, методы принятия решений и коммуникации для эффективного руководства в условиях современной организации.
- Разрабатывать и реализовывать управленческие решения, используя современные методы анализа проблем, диагностики, генерации альтернатив и оценки их эффективности с учетом факторов неопределенности и риска.
- Формировать и реализовывать стратегию развития организации, используя инструменты стратегического анализа, целеполагания и управления стратегическими изменениями для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности и устойчивости к рискам.

- Осуществлять эффективное управление материальными, финансовыми, трудовыми и интеллектуальными ресурсами организации, применяя современные методы планирования, анализа и ресурсосбережения для повышения эффективности деятельности и минимизации ресурсных рисков.
- Выявлять, классифицировать, анализировать и оценивать риски организации, разрабатывать и внедрять мероприятия по управлению рисками в рамках интегрированной системы риск-менеджмента в условиях нестабильности.
- Оценивать роль инноваций в повышении конкурентоспособности, выбирать инновационные стратегии, организовывать и финансировать инновационную деятельность для создания и вывода на рынок новых продуктов, управления соответствующими рисками.
- Участвовать в процессе разработки новых продуктов, управлять их жизненным циклом, тестировать концепции и выводить продукты на рынок, обеспечивая их конкурентоспособность и минимизируя рыночные риски.
- Выстраивать эффективные системы продаж, управлять технологиями и моделями продаж, применять методы психологического воздействия и стимулирования сбыта для достижения коммерческих целей организации в условиях нестабильного спроса.
- Анализировать и прогнозировать поведение потребителей, используя знания о психологических, социальных и личностных факторах для разработки эффективных маркетинговых стратегий и повышения лояльности клиентов.
- Реализовывать принципы и практики корпоративной социальной ответственности во внутренней и внешней политике организации для управления репутационными рисками, повышения инвестиционной привлекательности и устойчивого развития.

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: Аналитическая деятельность по оценке экономической среды функционирования организации.

- **ПК 1.1:** Способен анализировать действие микро- и макроэкономических законов, рыночную конъюнктуру и поведение экономических субъектов для выявления факторов нестабильности и потенциальных угроз.
- **ПК 1.2:** Владеет навыками интерпретации основных макроэкономических показателей и использования экономических моделей для прогнозирования изменений внешней среды организации.

Дисциплина 2: Управление проектами

ВД 2: Организационно-управленческая деятельность в области проектного управления.

- **ПК 2.1:** Способен применять методологию управления проектами для планирования целей, сроков, ресурсов и рисков на всех фазах жизненного цикла проекта.
- **ПК 2.2:** Владеет инструментами календарного планирования, сетевыми моделями и методами структурной декомпозиции работ для эффективной реализации проектов.

Дисциплина 3: Маркетинг

ВД 3: Маркетинговая деятельность по изучению рынка и продвижению продуктов организации.

- **ПК 3.1:** Способен проводить сегментирование рынка, позиционировать товары и разрабатывать комплекс маркетинга (товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику).
- **ПК 3.2:** Владеет современными инструментами маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, PR и стимулирование сбыта, для продвижения продуктов и услуг.

Дисциплина 4: История и теория менеджмента

ВД 4: Организационно-управленческая деятельность на основе системного подхода и эволюционных принципов менеджмента.

- **ПК 4.1:** Способен применять основные функции менеджмента (планирование, организацию, мотивацию, контроль) и учитывать социально-психологические аспекты управления для достижения целей организации.
- **ПК 4.2:** Владеет методами анализа внешней и внутренней среды организации, а также навыками осуществления эффективных деловых коммуникаций и управления конфликтами.

Дисциплина 5: Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом

ВД 5: Деятельность по разработке и реализации управленческих решений в условиях неопределенности.

- **ПК 5.1:** Способен использовать методы диагностики проблем, генерации альтернатив и анализа информации для подготовки и принятия обоснованных управленческих решений.
- **ПК 5.2:** Владеет методами оценки эффективности и рисков управленческих решений, а также навыками организации и контроля их реализации.

Дисциплина 6: Стратегический менеджмент

ВД 6: Деятельность по стратегическому планированию и управлению развитием организации.

- **ПК 6.1:** Способен проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды, определять миссию, цели и разрабатывать стратегию развития организации.
- **ПК 6.2:** Владеет инструментарием стратегического менеджмента (SWOT-анализ, матричные методы, анализ конкурентных сил) и методами управления стратегическими изменениями.

Дисциплина 7: Анализ и управление ресурсами организации

ВД 7: Деятельность по обеспечению, планированию и эффективному использованию ресурсов организации.

- **ПК 7.1:** Способен классифицировать и анализировать эффективность использования материальных, финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсов организации.
- **ПК 7.2:** Владеет методами нормирования ресурсов, современными системами планирования (MRP/ERP) и подходами к ресурсосбережению для оптимизации деятельности предприятия.

Дисциплина 8: Управление рисками организации в условиях нестабильности

ВД 8: Деятельность по управлению рисками в системе экономической безопасности организации.

- **ПК 8.1:** Способен идентифицировать, классифицировать и проводить качественный и количественный анализ рисков организации в условиях нестабильности.

- **ПК 8.2:** Владеет методами разработки и реализации мероприятий по управлению рисками (избегание, снижение, передача, принятие) и организации системы риск-менеджмента.

Дисциплина 9: Инновации и современные модели бизнеса

ВД 9: Деятельность по управлению инновационным развитием и внедрению современных моделей бизнеса.

- **ПК 9.1:** Способен анализировать роль инноваций в повышении конкурентоспособности, классифицировать инновации и выбирать инновационные стратегии развития предприятия.
- **ПК 9.2:** Владеет методами организации и финансирования инновационной деятельности, включая венчурное инвестирование, и навыками управления инновационными проектами.

Дисциплина 10: Управление продуктом (продакт-менеджмент)

ВД 10: Деятельность по управлению процессом создания и вывода новых продуктов на рынок.

- **ПК 10.1:** Способен разрабатывать концепцию нового продукта, проводить тестирование и анализ его инвестиционной привлекательности с учетом рыночных факторов.
- **ПК 10.2:** Владеет навыками управления жизненным циклом продукта и методами минимизации рисков, связанных с выводом новинки на рынок.

Дисциплина 11: Управление продажами

ВД 11: Деятельность по организации и управлению системой продаж в организации.

- **ПК 11.1:** Способен выстраивать эффективные системы и технологии продаж (от транзакционных до консультативных) с учетом специфики продукта и целевой аудитории.
- **ПК 11.2:** Владеет методами психологического воздействия на покупателей, техниками прямых и косвенных продаж, а также инструментами стимулирования сбыта.

Дисциплина 12: Управление поведением потребителей

ВД 12: Аналитическая деятельность по изучению и прогнозированию поведения потребителей.

- **ПК 12.1:** Способен выявлять и анализировать психологические, социальные и личностные факторы, влияющие на процесс принятия решения о покупке потребителями.
- **ПК 12.2:** Владеет методами сбора и обработки маркетинговой информации (количественные и качественные исследования) для моделирования покупательского поведения.

Дисциплина 13: Корпоративная социальная ответственность

ВД 13: Деятельность по реализации принципов корпоративной социальной ответственности в управлении организацией.

- **ПК 13.1:** Способен анализировать международные и российские модели КСО и разрабатывать направления социальной политики организации по отношению к работникам, обществу и окружающей среде.
- **ПК 13.2:** Владеет навыками реализации внутренних и внешних социальных программ, а также методами оценки их эффективности для укрепления репутации и устойчивого развития бизнеса.

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

1. Фундаментальные экономические категории, законы функционирования рынков товаров и факторов производства, механизмы макроэкономического равновесия и нестабильности, а также роль государства в рыночной экономике.
2. Базовые понятия, стандарты, процессы и функции управления проектами, методологию целеполагания, календарного планирования и управления рисками проекта.
3. Социально-экономическую сущность маркетинга, концепции, методы сегментирования рынка, позиционирования, разработки товарной, ценовой политики и маркетинговых коммуникаций.
4. Исторические этапы, школы, закономерности, функции и социально-психологические аспекты менеджмента, а также современные проблемы и тенденции развития управления организацией.
5. Теоретические основы разработки и реализации управленческих решений, методы анализа проблем, диагностики, генерации альтернатив и оценки их эффективности.
6. Методологические основы стратегического менеджмента, процесс, инструментарий и методы управления в условиях стратегических изменений.

7. Экономическую сущность, классификацию и методы управления материальными, финансовыми, трудовыми и интеллектуальными ресурсами организации, включая современные системы планирования ресурсов (MRP/ERP).
8. Понятие, природу, классификацию рисков, а также принципы построения и функционирования системы управления рисками (риск-менеджмента), методы анализа и управления рисками.
9. Роль инноваций в современной экономике, сущность, классификацию и жизненный цикл инноваций, методы организации, финансирования и выбора инновационных стратегий.
10. Методологические основы управления продуктом, включая процессы разработки концепции, тестирования и вывода нового продукта на рынок.
11. Современные принципы, модели и технологии управления продажами, методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение, ценового и мотивационного стимулирования сбыта.
12. Основные психологические, социальные и личностные факторы, определяющие поведение потребителей, модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке.
13. Сущность, модели, принципы и направления корпоративной социальной ответственности (КСО), международные и российские практики, механизмы регулирования и оценки эффективности КСО.

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

1. Анализировать состояние и динамику рыночного равновесия, поведение потребителей и фирм, интерпретировать основные макроэкономические показатели для оценки экономической конъюнктуры.
2. Определять цели, предметную область и структуру проекта, разрабатывать календарные планы и идентифицировать стейкхолдеров для эффективного управления проектами.
3. Проводить сегментирование рынка, выбирать целевые сегменты и позиционировать товар, разрабатывать элементы комплекса маркетинга для конкретного продукта или услуги.
4. Применять основные функции менеджмента (планирование, организацию, мотивацию, контроль) в практической деятельности, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации.

5. Использовать методы диагностики проблем, генерации альтернатив и критериального выбора для разработки и принятия обоснованных управленческих решений.
6. Проводить отраслевой и конкурентный анализ, анализировать стратегическое состояние компании и выбирать стратегические альтернативы для достижения целей развития.
7. Классифицировать ресурсы предприятия, анализировать эффективность их использования и применять методы планирования ресурсов для оптимизации деятельности организации.
8. Идентифицировать и классифицировать риски организации, проводить их качественный и количественный анализ для определения приоритетных направлений управления рисками.
9. Классифицировать инновации, оценивать инновационный потенциал предприятия и выбирать инновационную стратегию, соответствующую целям развития бизнеса.
10. Разрабатывать концепцию нового продукта, проводить тестирование и анализ его инвестиционной привлекательности с учетом факторов рыночного риска.
11. Выбирать и применять различные модели и технологии продаж (транзакционные, консультативные) в зависимости от типа продукта и клиента, использовать техники завершения сделки.
12. Анализировать процесс принятия решения о покупке, выявлять факторы, влияющие на поведение потребителей, и использовать эту информацию для корректировки маркетинговых воздействий.
13. Анализировать и применять на практике инструменты реализации внутренних и внешних социальных программ организации для повышения ее репутации и устойчивости.

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

1. Навыками экономического анализа рыночных ситуаций и интерпретации макроэкономических показателей для прогнозирования потенциальных рисков.
2. Навыками построения структурной декомпозиции работ и разработки сетевых моделей для календарного планирования проектов.
3. Навыками разработки комплекса маркетинга (маркетинг-микс) для товаров и услуг, ориентированного на целевой сегмент рынка.

4. Навыками применения методов принятия управленческих решений и осуществления эффективных деловых коммуникаций в профессиональной деятельности.
5. Навыками построения «дерева решений» и применения экспертных методов для выбора оптимальной альтернативы в условиях неопределенности.
6. Навыками использования инструментов стратегического анализа (PEST, SWOT, матричный анализ портфеля) для разработки и корректировки стратегии фирмы.
7. Навыками нормирования материальных ресурсов и анализа показателей ресурсоемкости для повышения эффективности производства.
8. Навыками построения системы управления рисками, включая разработку плана управления рисками, реестра рисков и плана реагирования.
9. Навыками разработки программы инновационного развития и управления процессом коммерциализации инноваций.
10. Навыками тестирования концепции нового продукта и выявления ключевых факторов его успеха на рынке.
11. Навыками применения психологических техник взаимодействия с клиентами, адаптации подхода к различным психотипам покупателей.
12. Навыками применения методов сбора и обработки маркетинговой информации для изучения поведения и информированности потребителей.
13. Навыками подготовки элементов социальной отчетности и оценки эффективности реализуемых программ корпоративной социальной ответственности.

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 «Специалист по управлению рисками организации».

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 «Управление рисками организации в условиях нестабильности»

№ 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	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 1.1 ПК 1.2
2	Управление проектами	30	6	4	18	2	Зачет	ПК 2.1 ПК 2.2
3	Маркетинг	42	8	4	28	2	Экзамен	ПК 3.1 ПК 3.2
4	История и теория менеджмента	42	8	4	28	2	Экзамен	ПК 4.1 ПК 4.2
5	Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом	30	6	4	18	2	Зачет	ПК 5.1 ПК 5.2
6	Стратегический менеджмент	42	8	4	28	2	Экзамен	ПК 6.1 ПК 6.2
7	Анализ и управление ресурсами организации	70	14	8	46	2	Экзамен	ПК 7.1 ПК 7.2
8	Управление рисками организации в условиях нестабильности	70	14	8	46	2	Экзамен	ПК 8.1 ПК 8.2
9	Инновации и современные модели бизнеса	52	10	6	34	2	Экзамен	ПК 9.1 ПК 9.2

10	Управление продуктом (продакт-менеджмент)	30	6	4	18	2	Зачет	ПК 10.1 ПК 10.2
11	Управление продажами	30	6	4	18	2	Зачет	ПК 11.1 ПК 11.2
12	Управление поведением потребителей	30	6	4	18	2	Зачет	ПК 12.1 ПК 12.2
13	Корпоративная социальная ответственность	20	4	2	12	2	Зачет	ПК 13.1 ПК 13.2
14	Итоговая аттестация	4	0	0	0	4	Итоговый экзамен	
ИТОГО:		530	104	60	336	30		

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-gosnou.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 «Управление рисками организации в условиях нестабильности»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	График обучения (неделя - кол-во акад. час)
1	Экономическая теория	38	1 нед. – 20 2 нед. – 18
2	Управление проектами	30	2 нед. – 2

			3 нед. – 20 4 нед. – 8
3	Маркетинг	42	4 нед. – 12 5 нед. – 20 6 нед. – 10
4	История и теория менеджмента	42	6 нед. – 10 7 нед. – 20 8 нед. – 12
5	Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом	30	8 нед. – 8 9 нед. – 20 10 нед. – 2
6	Стратегический менеджмент	42	10 нед. – 18 11 нед. – 20 12 нед. – 4
7	Анализ и управление ресурсами организации	70	12 нед. – 16 13 нед. – 20 14 нед. – 20 15 нед. – 14
8	Управление рисками организации в условиях нестабильности	70	15 нед. – 6 16 нед. – 20 17 нед. – 20 18 нед. – 20 19 нед. – 4
9	Инновации и современные модели бизнеса	52	19 нед. – 16 20 нед. – 20 21 нед. – 16
10	Управление продуктом (продакт-менеджмент)	30	21 нед. – 4 22 нед. – 20 23 нед. – 6
11	Управление продажами	30	23 нед. – 14 24 нед. – 16
12	Управление поведением потребителей	30	24 нед. – 4 25 нед. – 20 26 нед. – 6
13	Корпоративная социальная ответственность	20	26 нед. – 14 27 нед. – 6
14	Итоговая аттестация	4	27 нед. – 4
ИТОГО		530	27 нед.

7. Содержание программ дисциплин (модулей) учебного курса

Рабочие программы дисциплин (модулей) представлены по каждой дисциплине (модулю) учебного курса «Управление рисками организации в условиях нестабильности»:

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:

Управление проектами

Лекция 1. Введение в управление проектами

Цели, задачи и структура курса. История управления проектами. Система стандартов в области управления проектами. Проект, программа и их классификация. Цели, стратегии и структуры проекта. Жизненный цикл и фазы проекта. Стейкхолдеры и организационная структура управления проектами.

Лекция 2. Процессы и функции управления проектами

Понятие и типы процессов в управлении проектами. Проектирование как прогноз создаваемой организации. Экспертные системы и инвестиционное проектирование. Процессы управления проектами. Функции управления проектами. Корпоративная система управления проектами.

Лекция 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта

Целеполагание в проектах. Календарное планирование. Сетевая модель и структурная декомпозиция. Инструменты контроля проекта.

Лекция 4. Управление рисками проекта

Понятие и классификация рисков. План управления рисками. Идентификация и анализ рисков. Планирование реагирования на риски. Методы оценки рисков проекта. Мониторинг и контроль рисков.

Лекция 5. Управление персоналом и коммуникациями проекта

Основы управления персоналом в проекте. Развитие и мотивация команды. Распределение ролей в команде. Управление коммуникациями в проекте. Административное завершение и план коммуникаций.

Содержание программы по дисциплине 3:

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 4:

История и теория менеджмента

Лекция 1. Природа управления и исторические тенденции его развития

Сущность природы управления. Понятие «менеджмент» и его отличие от термина «управление». Менеджмент как наука, искусство, функция, процесс и аппарат управления. Исторические этапы развития управления (управленческие революции). Объекты и субъекты управления. Подходы к управлению. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности.

Лекция 2. Этапы и школы в истории менеджмента

Управленческие революции как фундамент развития менеджмента. Первая, вторая и третья управленческие революции. Четвёртая и пятая управленческие революции. Основные школы научного менеджмента начала XX века. Количественная школа и школа науки управления. Развитие теории и практики менеджмента в России.

Лекция 3. Общая теория управления. Закономерности управления различными системами

Потребность и необходимость в управлении. Сущность менеджмента. Организация как объект управления. Позиция управления в организации. Вертикальное и горизонтальное разделение труда. Значение изучения и учета внешней среды при управлении. Переменные внутренней среды организации. Взаимосвязь внешней и внутренней среды. Ресурсы и эффективность управления.

Лекция 4. Функции менеджмента

Общие функции менеджмента и их взаимосвязь. Планирование как функция менеджмента. Стратегическое планирование и его инструменты. Организация как функция менеджмента. Мотивация как функция менеджмента. Контроль как функция менеджмента.

Лекция 5. Управленческие решения в системе менеджмента

Сущность и роль управленческих решений в менеджменте. Основные подходы к принятию управленческих решений. Структура и этапы процесса принятия управленческих решений. Классификация управленческих решений. Условия и факторы качества управленческих решений. Черты эффективного управленческого решения.

Лекция 6. Коммуникации в системе менеджмента

Сущность и цели коммуникаций в организации. Виды и формы коммуникаций. Процесс коммуникаций в организации. Деловые коммуникации и их особенности. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Эффективные коммуникации и пути их совершенствования.

Лекция 7. Социально-психологические аспекты менеджмента

Работа и личностные качества современного менеджера. Власть, влияние и их формы в менеджменте. Руководство и лидерство: понятия и различия. Стиль руководства и имидж менеджера. Этика современного бизнеса. Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями.

Лекция 8. Особенности управления предприятием в современных условиях

Цели и задачи управления предприятием. Характеристика целей по критериям SMART. Продолжение критериев SMART и правила постановки целей. Эффективность достижения целей и система стратегического управления. Особенности работы менеджера в кризисной ситуации. Особенности инновационного менеджмента.

Лекция 9. Оценка эффективности менеджмента

Общее понятие эффективности менеджмента. Эффективность управления как результативность и экономичность. Показатели и критерии эффективности менеджмента. Удовлетворённость работой как социальный критерий эффективности. Степень конфликтности и адаптивность как критерии эффективности. Системное исследование и комплексная оценка эффективности управления.

Лекция 10. Современные проблемы и перспективы менеджмента

Профессия менеджера: базовые определения и историческая эволюция. Личные и деловые качества менеджера в современном мире. Стили руководства, роли и уровни управления. Этика и имидж. Новые стандарты бизнеса и инновационные подходы к мотивации. Антикризисные технологии и новые методы принятия решений. Новые организационные структуры и управление в цифровой экономике.

Содержание программы по дисциплине 5:

Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом

Лекция 1. Теоретические основы принятия управленческих решений в организации

Управленческие решения в процессе управления. Понятие управленческой проблемы и роль решения в деятельности менеджера. Построение дерева решений и классификация управленческих решений. Требования к качеству и эффективности управленческих решений. Обеспечение сопоставимости альтернативных вариантов. Методы получения информации и учет рисков в принятии решений.

Лекция 2. Технология разработки и реализации управленческих решений: методы анализа проблем

Этапы и организация процесса разработки решения. Информационное обеспечение процесса разработки решения. Методы оптимизации решений и требования к оформлению. Система учета, контроля и мотивации реализации решений. Методы анализа управленческих решений. Метод цепных подстановок.

Лекция 3. Технология разработки и реализации управленческих решений: методы диагностики проблем

Общая характеристика методов диагностики проблем. Методы декомпозиции проблем и метод сравнений. Факторный анализ и методы моделирования. Методы прогнозирования и ситуационного анализа. Формы прогнозирования и виды прогнозов. Специфические методы прогнозирования.

Лекция 4. Методы генерации альтернатив

Общая характеристика методов генерации альтернатив. Методы активизации мышления. Дополнительные методы активизации мышления. Методы соединения альтернатив. Общая характеристика методов оценки и выбора альтернатив. Экспертные и критериальные методы оценки альтернатив.

Лекция 5. Методы реализации решений

Методы планирования реализации решений. Методы организации реализации решений. Методы контроля реализации решений. Эффективность управленческих решений и ее составляющие. Дополнительные методы измерения эффективности.

Содержание программы по дисциплине 6: Стратегический менеджмент

Лекция 1. Методологические основы стратегического менеджмента

Введение в стратегический менеджмент. Понятие стратегии. Концепция стратегического менеджмента. Причины, препятствующие развитию стратегического менеджмента. Системный подход как основа разработки стратегии. Развитие инструментария системного анализа. Теория принятия решений.

Лекция 2. Процесс стратегического менеджмента: основные этапы

Задачи стратегического менеджмента. Модель стратегического состояния организации. Стратегическое планирование. Процесс стратегического планирования. Значение маркетинга в стратегических планах. Проблемы стратегического планирования.

Лекция 3. Стратегия фирмы и ее основные составляющие

Определение направлений развития компании. Установление целей развития компании. Разработка стратегии. Факторы, влияющие на формирование стратегии. Управление процессом формирования стратегии. Реализация стратегии и контроль за ее исполнением. Значение организационной культуры и корректировка стратегии.

Лекция 4. Инструментарий стратегического менеджмента

Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа. Методы исследования окружающей среды и проведение анализа отрасли. Стратегическая важность ключевых экономических характеристик и анализ конкурентных сил. Определение стратегии конкурентов, ключевые факторы успеха и перспективы отрасли. Анализ состояния компании и количественная оценка. Процедура анализа и выбора стратегических позиций, матричный анализ портфеля. Управление стратегическим набором и пять ступеней ситуационного анализа.

Лекция 5. Управление в условиях стратегических изменений

Управление стратегическими задачами в реальном масштабе времени. Система управления стратегическими задачами. Управление в условиях стратегических изменений и сопротивление. Подходы к управлению в условиях спонтанных изменений. Методы управления сопротивлением и спонтанными изменениями. Направления управленческого обеспечения организационных изменений.

Содержание программы по дисциплине 7: 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. 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 8:

Управление рисками организации в условиях нестабильности

Лекция 1. Определение и сущность рисков

Понятие, элементы и ключевые черты риска. Объективная и субъективная природа риска. Основные причины возникновения. Основные категории и функции риска. Классификация рисков: общие принципы и ключевые категории. Характеристика основных видов экономических рисков. Систематизация хозяйственных рисков: от чистых к условным.

Лекция 2. Система управления риском

Сущность и необходимость системы управления рисками (риск-менеджмента). Фундаментальные решения и общий арсенал методов управления риском. Детальный анализ методов активного воздействия и сокращения рисков. Методы распределения, трансферта и финансирования рисков. Специализированные финансовые и

упреждающие методы управления риском. Организация системы риск-менеджмента и типовые решения для различных категорий рисков.

Лекция 3. Учет риска при принятии управленческих решений

Сущность и процесс управленческого решения. Правила, планы и виды управленческих решений. Процедура и цикл принятия управленческого решения. Зоны риска и информационные ситуации. Методы моделирования в риск-менеджменте. Методы экспертных оценок и эвристические методы. Индивидуальные и социальные факторы принятия решений.

Лекция 4. Методы управления риском

Сущность и этапы анализа рисков. Идентификация рисков: методы и инструменты. Качественный анализ рисков: приоритизация. Количественный анализ рисков: методы оценки. Оценка риска на основе целесообразности затрат. Вероятностный и экспертный анализ рисков. Управление рисками после анализа: реестр и ответные действия.

Содержание программы по дисциплине 9: Инновации и современные модели бизнеса

Лекция 1. Роль инноваций в современной экономике

Особенности современного развития мировой экономики. Глобализация и усиление конкуренции. Роль инноваций в повышении конкурентоспособности. Функции инноваций в общественном развитии. Индустриальная и инновационная (постиндустриальная) экономика. Эволюция принципов инновационного менеджмента.

Лекция 2. Сущность, классификация и жизненный цикл инноваций

Сущность инновации и соотношение понятий. Инновационный процесс как объект управления. Субъекты, объекты и источники инновационной деятельности. Диффузия инноваций и модели распространения. Классификация инноваций. Жизненный цикл инновации и связь с экономической динамикой.

Лекция 3. Организация инновационной деятельности

Организационные формы и сущность инновационного предпринимательства. Инфраструктура поддержки инноваций: бизнес-инкубаторы и технопарки. Крупные комплексные формы инновационной инфраструктуры. Сущность, виды и объекты трансфера технологий. Коммерческие формы и механизмы трансфера технологий. Функции и эффективность трансфера технологий в инновационной системе.

Лекция 4. Финансирование инноваций и венчурный инновационный бизнес

Источники и формы финансирования инновационной деятельности. Цена капитала и критерии инвестиционной привлекательности проекта. Сущность, модель и механизмы венчурного инвестирования. Процесс создания венчурной компании и роль бизнес-ангелов. Первичное публичное размещение (IPO) как источник финансирования роста. Оценка инвестиционной привлекательности и управление рисками инновационного проекта. Государственное регулирование и поддержка венчурного бизнеса.

Лекция 5. Инновационная деятельность и повышение конкурентоспособности предприятия

Сущность и значение конкурентоспособности в рыночной экономике. Методы и показатели оценки конкурентоспособности товаров. Принципы оценки конкурентоспособности товаров. Конкурентоспособность торговой марки (бренда). Инновационный потенциал предприятия как ключевой фактор конкурентоспособности.

Лекция 6. Выбор инновационной стратегии предприятий и фирм

Классификация предприятий по типам инновационного поведения. Типология и содержание конкретных инновационных стратегий. Стратегия инновационного развития предприятия: цели и задачи. Программа инновационного развития как инструмент реализации стратегии. Оценка реализации инновационной стратегии и управление изменениями.

Лекция 7. Управление инновационной деятельностью на предприятии

Сущность и задачи инновационного менеджмента. Управление изменениями: сущность и подходы. Сопротивление изменениям и методы его преодоления. Команда и лидерство в инновационных проектах. Логистика инновационных процессов.

Лекция 8. Управление инновационными проектами и программами

Сущность инновации и проекта в управлении инновациями. Инновационный проект: понятие, элементы и участники. Классификация и структура инновационных проектов. Управление проектной командой: формирование и развитие. Организация и методы управления проектом.

Лекция 9. Сущность предпринимательства в инновационной сфере

Инновационная бизнес-идея как основа предпринимательства. Механизмы коммуникаций и инфраструктура инновационной сферы. Организационные формы и типы инновационного предпринимательства. Интеллектуальная собственность как ключевой актив инновационного предприятия. Правовая охрана и защита объектов промышленной собственности. Оценка эффективности результатов инновационной деятельности.

Лекция 10. Маркетинг инноваций

Инновации как объект маркетинга и ключевое конкурентное преимущество. Жизненный цикл инновационного продукта и управление им. Особенности маркетинга инноваций на разных стадиях жизненного цикла. Стратегии продвижения и ценообразования для новых продуктов. Концепция минимально жизнеспособного продукта (MVP). Коммерциализация инноваций: модели и стратегии.

Содержание программы по дисциплине 10: Управление продуктом (продакт-менеджмент)

Лекция 1. Методологические основы управления продуктом

Место дисциплины в теории и практике управления. Понятие о продукте и его структуре. Основные задачи изучения дисциплины. Роль дисциплины в менеджменте фирмы как

субъекта рынка. Схема процесса разработки и вывода товара на рынок. Разработка и испытание нового продукта.

Лекция 2. Процесс разработки концепции нового продукта

Разработка нового продукта как бизнес. Стратегия НИОКР и стратегический менеджмент фирмы как субъекта рынка. Стратегический менеджмент инноваций. Содержание и процедура оценки и отбора. Стратегические и маркетинговые критерии оценки. Научно-технические, производственные и организационные критерии.

Лекция 3. Проблемы вывода нового продукта на рынок

Товарная политика и новизна продукта. Комплексная разработка нового продукта. Тестирование концепции и анализ эффективности. Инвестиционная привлекательность и управление рисками. Причины неудач и ключевые факторы успеха.

Лекция 4. Особенности продвижения нового продукта

Маркетинговые коммуникации и цели продвижения. Рекламная деятельность: сущность, процесс и планирование. Стратегии продвижения и выбор средств коммуникации. Создание рекламного обращения и образа нового продукта. Уникальное торговое предложение и эффективность продвижения.

Содержание программы по дисциплине 11: Управление продажами

Лекция 1. Современные принципы и модели управления продажами

Введение в дисциплину «Управление продажами»: сущность и актуальность. Операционная база продаж: инфраструктура и показатели эффективности. Эволюция моделей продаж: от транзакционного подхода к партнёрскому. Деструктивные и ограниченные модели: негативная и презентационная. Консультативная модель продаж: принципы и технология. Мастерство консультанта: техники взаимодействия и анализ потребностей. Продвинутая модель взаимодействия: консультативно-ценностный подход.

Лекция 2. Формирование технологии эффективных продаж

Введение в технологию продаж: сущность, цель и сфера применения. Внешние и внутренние факторы эффективности продаж. Операционная и логистическая основа продаж. Классическая пошаговая технология продаж (5 этапов). Ключевые навыки завершения сделки. Выбор моделей и методов продаж: аналитический подход.

Лекция 3. Управление технологией продажи

Сущность управления продажами и организационная структура. Тактики продаж: активные и пассивные приемы. Классификация методов. Пространство продаж: интерьер, планировка и мерчендайзинг. Современные расширенные технологии продаж (7, 8, 12 этапов). Классические и современные психологические модели продаж. Специализированные технологии для сложных рынков (B2B). Качество обслуживания и анализ эффективности.

Лекция 4. Психологические аспекты продажи товаров и услуг

Фундаментальные психологические принципы успешных продаж. Этапы продажи и психологическое воздействие на клиента. Профессиональный портрет продавца: от доверия до подбора. Психотипы покупателей и адаптация подхода. Техники взаимодействия и ведения диалога. Невербальная коммуникация и анализ намерений клиента. Специфика сложных условий и завершение взаимодействия.

Лекция 5. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей

Теоретические основы потребительского выбора и модели поведения. Система факторов, влияющих на потребительское поведение. Реклама как инструмент воздействия: функции и психологические механизмы. Технологии воздействия: от аргумента до бюджета. Точка принятия решения: влияние точки продажи и сервиса.

Лекция 6. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта

Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций. Целевые группы и типология мероприятий по стимулированию сбыта. Ценовые методы стимулирования потребителей: прямое снижение цены. Ценовые методы стимулирования потребителей: косвенные и отсроченные формы. Ценовые методы стимулирования потребителей: купоны и отсроченные возмещения. Значение и эффективность ценовых методов стимулирования.

Содержание программы по дисциплине 12:

Управление поведением потребителей

Лекция 1. Введение в курс «Управление поведением потребителей». Основные психологические факторы, определяющие поведение потребителей

Предмет, цели и место дисциплины в системе знаний. Историческое развитие изучения поведения потребителей. Сущность и базовые понятия поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителя, и основные задачи его изучения. Основные методы изучения поведения потребителей. Типы покупательского поведения.

Лекция 2. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителя. Роль информированности и отношения потребителей к товару в процессе формирования покупательского поведения

Основные принципы понимания и модель покупательского поведения. Процесс принятия потребительского решения: этапы и факторы. Уровень информированности потребителя: сущность и измерение. Методы измерения информированности и восприятия потребителя. Отношение потребителя к товару: структура и компоненты. Измерение и роль отношения в маркетинге.

Лекция 3. Характеристики покупателя и моделирование покупательского поведения

Ключевые характеристики покупателя и факторы поведения. Основные теории мотивации и потребностей. Модели покупательского поведения: подходы и концепции. Социальные группы и их влияние на потребление. Теория рационального потребления и полезности. Практические аспекты влияния на покупателя: привлечение внимания.

Лекция 4. Методы сбора и обработки информации, инструменты анализа данных

Основные подходы и классификация методов маркетинговых исследований. Сущность и методы количественных исследований. Сущность и методы качественных исследований. Эксперимент как метод исследования. Новые и специализированные методы сбора информации. Панельные исследования как метод долгосрочного анализа.

Лекция 5. Восприятие и обработка информации — основа механизма принятия решения о покупке

Типы покупательского поведения и роли в процессе покупки. Общая модель процесса принятия решения о покупке. Осознание потребности и поиск информации. Оценка альтернатив и модели выбора. Решение о покупке и постпокупочная реакция. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.

Лекция 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей

Понятие и природа ценностей в поведении потребителей. Ключевые теории и классификации ценностей. Концепция жизненного стиля потребителей. Психография как метод исследования стиля жизни. Модели сегментации по жизненному стилю: VALS и альтернативы. Экономические ресурсы потребителей. Временные и когнитивные ресурсы потребителей.

Содержание программы по дисциплине 13: Корпоративная социальная ответственность

Лекция 1. Предмет и методы курса. Модели социальной ответственности бизнеса

Предмет, генезис и сущность корпоративной социальной ответственности (КСО). Взаимосвязь КСО с государством, стандартами и другими дисциплинами. Направления, виды и принципы социальной ответственности организации. Ключевые принципы формирования и реализации корпоративной социальной политики. Основные модели корпоративной социальной ответственности в мире.

Лекция 2. Международные и российские практики корпоративной социальной ответственности. Социальные программы организации по отношению к работникам

Социальная политика и программы организации: принципы и сущность. Внутренняя социальная ответственность: права человека и трудовая практика. Ключевые виды и направления внутренних социальных программ. Направления внешних социальных программ и инструменты их реализации. Инструменты, механизмы и структура социальной поддержки персонала. Кадровая политика как основа внутренней социальной ответственности. Современные методы мотивации, стимулирования и социальных льгот.

Лекция 3. Социальная ответственность организации по отношению к окружающей среде и местному сообществу

Сущность и сферы социальной ответственности организации. Экологическая ответственность: влияние, наследие и безопасность. Ответственность перед обществом: культура, здравоохранение и образование. Подходы и управление социальной ответственностью: от обструкции до вклада. Учет социальной ответственности и аргументы «за» и «против». Практика КСО в российских компаниях: «Лукойл». Практика КСО в российских компаниях: «Макдоналдс» и «Татнефть».

Лекция 4. Регулирование внутренней социальной деятельности бизнеса

Формальные правила внутренней социальной политики: коллективные договоры. Неформальные правила реализации социальной политики. Социальная отчетность как инструмент информирования и контроля. Бизнес как субъект социальной политики: мотивы и эволюция роли. Репутационные и кадровые мотивы социальной активности бизнеса. Сущность и оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.

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.	Зеленина Татьяна Ростиславна	Кандидат социологических наук	18 лет
5.	Кузина Маргарита Николаевна	Кандидат экономических наук, доцент	13 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.