

АННОТАЦИИ
к рабочим программам дисциплин
основной образовательной программы высшего образования
«Бренд-менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки – 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) ОПОП – Бренд-менеджмент и маркетинг

Уровень образования – магистратура

«Философско-методологические проблемы науки и техники»

Объем дисциплины – 4 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

Формирование способности анализировать проблемные и учитывать разнообразие культур в процессе взаимодействия с ними.

2. Задачи дисциплины:

Знание культурного разнообразия общества, умение этически грамотно применять его в процессе культурного взаимодействия при решении профессиональных задач.

3. Содержание

Тема 1. Наука, техника и технология как объекты исследования

Тема 2. Исторические этапы развития науки, научной рациональности, техники и технологии

Тема 3. Логика развития научно-технического знания

Тема 4. Логика научного исследования

Тема 5. Методология научного исследования

Тема 6. Проблемы научного и технического творчества

Тема 7. Проблемы нравственной оценки научно-технической деятельности

Тема 8. Методологические проблемы техники

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Методы исследований в менеджменте», «Лидерство и управление командой».

5. Требования к результатам освоения

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в

процессе их взаимодействия.

УК-5.1 Воспринимает и анализирует межкультурное разнообразие общества в процессе их взаимодействия.

УК-5.2 Использует навыки и процессе межкультурного взаимодействия с использованием этических норм поведения.

УК-5.3 Владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.

Для соответствия индикатору УК-5.1 обучающийся должен:

Знать:	- культурное разнообразие общества
Уметь:	- анализировать разнообразие культур в процессе взаимодействия

Для соответствия индикатору УК-5.2 обучающийся должен:

Уметь:	- применять навыки межкультурного взаимодействия с использованием этических норм
--------	--

Для соответствия индикатору УК-5.3 обучающийся должен:

Владеть	- навыками недискриминационного взаимодействия в профессиональной сфере
---------	---

«Тайм менеджмент»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Формирование у обучающихся систематизированных знаний в области тайм менеджмента, способствующих развитию профессиональных навыков и готовности использовать полученные знания для личностного развития с учетом требований рынка труда и успешного осуществления профессиональной деятельности.

2. Задачи изучения дисциплины:

- формирование системы знаний о природе времени как ресурса, основных понятиях, категориях и концепциях тайм менеджмента;
- усвоение методов оценки своих ресурсов для оптимального их использования;
- усвоение механизма, приемов и инструментов тайм менеджмента для личностного развития и осуществления профессиональной деятельности.

3. Содержание:

Тема 1. Введение в тайм менеджмент.

Предмет, цели, задачи и содержание дисциплины, ее место, роль и значение для данного профиля. Основные этапы развития тайм менеджмента. Время как ресурс. Виды времени. Система управления временем.

Тема 2. Тайм менеджмент, как система.

Система тайм менеджмента как элемент системы управления организацией. Цели и ключевые области жизни, жизненные цели. Основные принципы и критерии постановки целей. Теория SMART. Принцип «КРОВИ».

Тема 3. Расстановка приоритетов.

Расстановка приоритетов в тайм менеджменте, основные способы и методы. Приоритетность и ее определение для долгосрочных текущих задач и целей. Матрица Эйзенхауэра».

Тема 4. Инструменты и методы управления временем.

Методы учета и измерения времени. Инвентаризация. Хронометраж. Оценка процесса расходования и потерь времени в зарубежных и отечественных организациях.

Планирование рабочего времени, способы его оптимизации. «Золотые» пропорции. Правило Парето. ABC – хронометраж. Метод «Альпы». Основы и правила делегирования.

Технология планирования «1-7-365». Контекстное планирование. Инструменты. Органайзеры. Метод «Альпы». Основы и правила делегирования.

Программное обеспечение тайм менеджмента. Индивидуальная система управления временем. Самоменеджмент.

Тема 5. Поглотители времени.

Время, как невозполнимый ресурс. Поглотители времени: понятие, виды. Способы выявления поглотителей времени. Прокрастинация. Анализ и работа с «поглотителями» времени.

Тема 6. Мотивация в тайм менеджменте.

Мотивация и мотивы деятельности. Мотивация как условие достижения цели. Решение трудоёмких задач. Методика решения мелких и неприятных задач. Правила формулы успеха. Оптимизация персональной деятельности.

Тема 7. Технология достижения результатов с учётом физиологии человека.

Распределение рабочей нагрузки на основе влияния суточных ритмов. Индивидуальные биоритмы человека. Творческая лень. Эффективный отдых и правила его организации. Эффективный сон. Развитие качеств, необходимых для успешной работы руководителя. Рабочая нагрузка и её оптимальное распределение для повышения эффективности работы.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина изучается параллельно со следующими дисциплинами также в 1 семестре: «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора», «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных».

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин как: «Современные проблемы управленческой деятельности», «Стратегия и тактика производственного менеджмента», создает практическую основу для прохождения учебной и производственных практик, а также выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

5. Требования к результатам освоения:

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет и реализовывает приоритеты личностного роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки.	<ul style="list-style-type: none">– знать основные понятия и категории тайм менеджмента;– знать элементы личной системы тайм менеджмента;– уметь на основе самооценки определять и реализовывать приоритеты личностного роста и способы совершенствования собственной деятельности.
		УК-6.2 Оценивает свои ресурсы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) и оптимально их использует для успешного выполнения и совершенствования различных видов деятельности.	<ul style="list-style-type: none">– знать элементы и приемы системы тайм менеджмента для оценки своих ресурсов– уметь оценивать свои ресурсы для оптимального их использования;– владеть инструментами тайм менеджмента для осуществления и совершенствования различных видов деятельности.

		УК-6.3 Планирует и реализует траекторию профессионального и личностного развития с учетом требований рынка труда и профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – знать механизм тайм менеджмента; – уметь планировать и реализовать траекторию личностного развития.
--	--	---	--

«Лидерство и управление командой»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Усвоение студентами систематических знаний в области учебного курса «Лидерство и управление командой», обеспечивающих эффективное решение профессиональных и личностных проблем в процессе управления производственным коллективом.

2. Задачи изучения дисциплины

Овладение системой научных знаний о сущности лидерства как социально-психологического феномена; выработка умений развивать лидерские качества и способности; овладение системой научных знаний о малых социальных группах и динамике их развития; приобретение знаний об особенностях и факторах образования команды; выработка умений управления командой; приобретение знаний о межличностных, групповых и организационных коммуникациях.

3. Содержание

Тема 1. Понятие лидерства. Теории лидерства.

Тема 2. Типологии лидерства.

Тема 3. Лидерство и власть.

Тема 4. Лидерство и руководство.

Тема 5. Социальные группы.

Тема 6. Особенности создания и функционирования команды.

Тема 7. Принятие решения в команде.

Тема 8. Эффективность деятельности команды.

Тема 9. Конфликты в команде.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения дисциплин бакалавриата: философия, культурология.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</p>	<p>УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на её основе организует работу команды.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные теории лидерства; - стадии формирования и развития команды; - классификации типов команд; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать командную стратегию; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективного руководства.
	<p>УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стили руководства командой; - природу, типы и ресурсы власти; - особенности и основные элементы коммуникации в команде; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять эффективные стили и методы руководства командой для достижения поставленной цели; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами преодоления коммуникационных барьеров; - способностью анализировать и корректировать свои действия.
	<p>УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации конфликтов; - методы урегулирования конфликтов в группе; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать, проектировать и организовывать межличностные, групповые и организационные коммуникации в команде; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами урегулирования конфликтов в группе.
	<p>УК-3.4 Предвидит результаты (последствия) как лич-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составляющие личностного ресурса; - психологические характеристики членов

	ных, так и коллективных действий.	команды; - принципы управления и критерии результативности команд; Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций; Владеть: - навыками эффективного руководства.
	УК-3.5 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений.	Знать: - особенности принятия группового решения; - принципы и методы делегирования полномочий; Уметь: - организовывать процесс обсуждения и принятия решений в команде; - эффективно делегировать полномочия; Владеть: - приемами эффективного взаимодействия с членами команды.

«Управление проектами»

Объем дисциплины – 5 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у студента систематических знаний о технологиях и техники управления проектами, используемых для ведения предпринимательской деятельности, усвоение знаний по общим закономерностям и тенденциям развития современных технологий управления проектами, а так же освоения методов планирования и экономической оценки инвестиций.

Преподавание дисциплины должно способствовать повышению профессиональной подготовки магистров по вопросам сбора, обработки информации и управления экономической эффективностью проекта.

2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины: состоят в том, чтобы студенты изучили историю развития, этапы развития и место управления проектами в открытых системах (введение в проектную деятельность), овладели совокупностью современных знаний о методологических основах, организации управления

проектами, научились управлять разработкой проекта для решения профессиональных задач, его реализацией, могли применить методы управления проектами и определить экономическую целесообразность принятия проекта для его обоснования и защиты.

3. Содержание

1. Введение в проектную деятельность.
2. Этапы развития управления проектами в России. Классификация проектов.
- 3 Место и роль в управлении проектами в экономике.
4. Методологические основы управления проектами.
5. Основное содержание процессов управления проектами.
6. Организация и обеспечение проектной деятельностью для решения профессиональных задач.
7. Качество проекта.
8. Фазы проекта.
9. Методы управления проектами. Подготовка к защите проекта.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: Тайм менеджмент, Современные проблемы управленческой деятельности.

5. Требования к результатам освоения

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	Знать: - основные термины и определения по предмету - классификационные признаки и виды проектов; - структуру проекта - какие проекты поддерживаются государством - с чего начинается работа над проектом внутри предприятия
		УК-2.2 Способен	Знать:

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
		<p>видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата</p>	<p>- основные процессы проекта - четырехфазную структуру жизненного цикла управления проекта; - современные источники финансирования проектов на каждом шаге проекта - современные методы управления проектами этапы закрытия проекта и особенности после проектного обслуживания методы оценки эффективности проектов Уметь: - применять на практике различные методы экономической эффективности проектов Владеть: - основами экономической оценкой эффективности проектов</p>
		<p>УК 2.3 Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения</p>	<p>Уметь: - основные функции управления проектами - планировать деятельность по проекту; -вносить изменения в проектную документацию Владеть: -навыками планирования ресурсов в проекте - методикой сбора и подготовки информации к проекту</p>
		<p>УК 2.4. Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению</p>	<p>Знать: особенности подбора команды проекта Уметь: распределять роли для эффективной работы команды по проекту</p>

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
		возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами	
		УК-2.5 Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях	Уметь: оформить в виде отчета, разработанный проект, с обоснованием экономической и социальной его эффективности
		УК-2.6 Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение)	Уметь: оформить в виде презентации разработанный проект Владеть: владеет практическими навыками защиты проекта

«Методы исследования в менеджменте»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

формирование у магистров знаний, умений и навыков использования современных методов исследований в области практики менеджмента и выработка на основе компетентностного подхода научно-аргументированной и объективной позиции подготовки, принятия и реализации эффективных управленческих решений.

2. Задачи изучения дисциплины

- формирование комплексных знаний и практических навыков в области принятия эффективных управленческих решений;

- формирование у магистрантов владений навыками проведения научных исследований, начиная от постановки проблемы, выбора методов исследования, планирования и проведения эксперимента и заканчивая анализом и интерпретацией полученных результатов;

- привитие магистрантам умений квалифицированного использования современных теоретических и экспериментальных методов исследований.

3. Содержание

Тема 1. Общие методы научного познания и их использование в менеджменте.

Тема 2. Методы и инструменты исследований в менеджменте.

Тема 3. Методы обоснования управленческих решений. Общие методы исследований в менеджменте.

Тема 4. Методы обоснования управленческих решений. Методы стратегического планирования и прогнозирования.

Тема 5. Методы обоснования управленческих решений. Методы оптимизации, экономические методы, экспертные методы.

Тема 6. Методы обоснования управленческих решений. Методы определения экономической эффективности инвестиционных вложений и внедрения инноваций

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных», «Системный анализ».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследователь-	ОПК-5.1 Осуществляет поиск и критически оценивает анализ информации в рамках научного исследования в менеджменте и смежных областях	Уметь: - осуществлять поиск информации в рамках исследования; - проводить и оценивать анализ информации в рамках научного исследования в менеджменте и смежных областях
	ОПК-5.2 Участствует в проведении научно-исследовательских проек-	Знать: - актуальность и практическую значимость избранной темы научного

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ские проекты.	тах в области профессиональной деятельности	исследования Уметь: -проводить самостоятельные исследования
	ОПК-5.3 Использует классические и современные методы проведения научно-исследовательских проектов в области профессиональной деятельности, обработки и представления их результатов	Знать: - классические и современные методы проведения научно-исследовательских проектов в области профессиональной деятельности Уметь: - выполнять научно-исследовательские проекты; -обрабатывать и представлять результаты исследовательских проектов Владеть: - основными приемами и методами проведения научных исследований

« Иностранный язык в профессиональной деятельности»

Объем дисциплины – 3 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

- развитие коммуникативной и межкультурной компетенции.

2. Задачи изучения дисциплины

- совершенствование и дальнейшее развитие знаний, навыков и умений по иностранному языку в различных видах речевой коммуникации, полученных при его изучении в бакалавриате;

- практическое владение иностранным языком как средством коммуникации в профессионально-деловой и социокультурной сфере деятельности.

3. Содержание

Тема 1. Профессиональное общение и виды коммуникаций в бизнесе: деловые переговоры, телефонные переговоры

Тема 2. Профессиональное и деловое общение при трудоустройстве

Тема 3. Научная деятельность (написание реферата, аннотация к статье, участие в конференции)

Тема 4. Деловая переписка

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: Философско-методологические проблемы науки и техники, Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных.

5. Требования к результатам освоения

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	<i>знать:</i> особенности письменной и устной коммуникации на иностранном языке, <i>уметь:</i> - осуществлять коммуникацию в условиях устного и письменного академического и профессионального общения на иностранном языке; - осуществлять поиск необходимой информации посредством мультимедийных средств и интернет ресурсов
		УК-4.2 Применяет правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации для академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	<i>знать:</i> - основную терминологию и лексику ситуаций делового и профессионального устного и письменного общения на иностранном языке; -основные правила этикета деловой и профессиональной коммуникации на иностранном языке <i>уметь:</i> читать и переводить специальную литературу; понимать и правильно ис-

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
			пользовать профессиональную терминологию
		УК-4.3 Использует методы и навыки при академическом и профессиональном взаимодействии в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	<i>уметь:</i> вести диалог и давать развернутое письменное или устное высказывание на иностранном языке с учетом лексических, грамматических и социокультурных норм

«Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных»

Объем дисциплины – 4 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

- формирование целостного представления о современном состоянии теории и практики построения интеллектуальных систем различного назначения. Изучение концептуальных основ построения интеллектуальных процессов и систем. Формирование основных представлений о моделировании и обработке знаний в информационных системах.

2. Задачи изучения дисциплины

- формирование мировоззренческих взглядов на место и роль искусственного интеллекта в современных информационных системах. Изучение классических и современных методов обработки знаний в интеллектуальных системах. Получение сведений об используемых интеллектуальных технологиях, на основе знакомства с работой в среде специализированных пакетов. Формирование практических навыков решения интеллектуальных задач в среде SWI Prolog, Visual Prolog, CLIPS, FuzzyCLIPS, Hugin. Обучение умению применять полученные сведения для решения конкретных прикладных задач.

3. Содержание:

- **Тема 1. Введение. Основные понятия и определения.** Основные направления развития систем искусственного интеллекта и области их применения. Экспертные системы (ЭС). Состав и взаимодействие участников построения и эксплуатации ЭС. Стратегии поиска в глубину и ширину. Стратегия эвристического поиска. Использование поиска в глубину с целью формирования пространства состояний. Эвристический алгоритм поиска. Экспертные системы с неопределенными знаниями. Логический вывод на основе субъективной вероятности.

- **Тема 2. Байесовские сети доверия (БСД).** Основные понятия и определения. Пример построения простейшей БСД. БСД как одно из направлений построения интеллектуальных систем. Представление знаний с использованием БСД и условная независимость событий. Системы на основе теории Демстера-Шеффера. Меры доверия и правдоподобия в ТДШ. Отличие ТДШ от теории вероятностей. Связь между ТДШ и классической теорией вероятностей. Комбинация функций доверия.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Основывается на результатах освоения дисциплин: Технологии виртуальной и дополнительной реальности, Методы исследования в менеджменте.

5. Требования к результатам освоения -

Результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания, умения и навыки) направлены, на формирование следующих компетенций.

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1 Применяет знания современных методов и методик для сбора данных при решении управленческих и исследовательских задач	- знать основные принципы реализации логических моделей знаний в среде PIE, SWI-Prolog и Visual Prolog, основы работы с нечеткими и неточными знаниями в FuzzyCLIPS; - уметь разрабатывать базы знаний в системе продукций в среде CLIPS, создавать экспертные системы с неопределенностями в фактах и правилах; - владеть основными конструкциями языка CLIPS, методами вывода при учете неопределенности;
ОПК-2 Способен применять современ-	ОПК-2.2 Может работать с информаци-	- знать основы построения байесовских сетей доверия в среде Hugin, основные

ные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ей в глобальных компьютерных сетях и информационных системах и программах, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы и баз данных для решения управленческих и исследовательских задач	режимы работы экспертных систем и технологию разработки экспертных систем; - уметь построить пример экспертной системы на основе байесовской сети доверия, реализовать процесс рассуждения (вывода) в байесовских сетях доверия; - владеть методами построения диаграмм влияния и перехода от байесовской сети доверия к диаграмме влияния путем добавления вершины полезности, стратегией поиска в глубину и ширину, стратегией эвристического поиска.
---	--	---

«Современные проблемы управленческой деятельности»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Цель преподавания дисциплины «Современные проблемы управленческой деятельности» - привить знания в области управленческой деятельности, в том числе знать современные проблемы, стоящие перед экономикой страны и накопленный опыт зарубежных стран в области управления предприятиями и коллективами. Успех такого сложного дела как управление предприятием (фирмой) зависит от многих условий и, прежде всего, от экономической образованности руководителя, умения анализировать ситуации. И предвидеть долговременные последствия принимаемых решений. Привитие магистранту комплекса необходимых знаний осуществляется изучением целой серии экономических и управленческих дисциплин, задачи данной дисциплины направлены на изучение принципов, концепций, перенесения передового опыта руководства на отечественные предприятия с целью налаживания эффективного руководства на различных уровнях управления предприятием.

2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины: состоят в более углубленном изучении стоящих перед менеджментом проблем и обобщении передового опыта в области менеджмента зарубежных стран с рыночной экономикой, с целью перенесения этого опыта на отечественные предприятия.

3. Содержание

Тема 1. Проблемы системы управления в период радикальных

преобразований в экономике России

Тема 2. Смена парадигмы управления на пути становления рынка в России.

Тема 3. Характерные особенности теории и практики управления.

Тема 4. Современные теории управления

Тема 5. Современная система взглядов на управление за рубежом.

Тема 6. Характеристика новых требований к управлению на современном этапе развития

Тема 7. Этапы развития и современное состояние теории, практики и искусства управления

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения программы бакалавриата.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	ОПК- 1.1 Демонстрирует знания (на продвинутом уровне) в области экономической, организационной и управленческой теории необходимые для решения профессиональных задач	Знать: современные особенности теории и практики управления Уметь: анализировать сложившуюся ситуацию Владеть: подготовкой аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности
	ОПК- 1.2 Применяет инновационные подходы обобщения и сравнительного анализа практик управления для решения профессиональных задач	Знать: различные модели управления за рубежом, современные проблемы управления на предприятиях ЛК, современные проблемы в сфере управленческой деятельности Уметь: применять зарубежный опыт управления, инновационные разработки в отрасли для реализации поставленных задач в реалиях российской экономики

«Разработка управленческих решений»

Объем дисциплины - 4 з.е.

Форма контроля - экзамен

1. Цель изучения дисциплины

Получить теоретические знания и практические навыки, необходимые для разработки управленческих решений на уровне управления предприятием и в сфере предпринимательства.

2. Задачи изучения дисциплины

- усвоение принципов разработки и принятия управленческих решений, обеспечивающих успешную деятельность предприятия;
- освоение методов, процедур и алгоритмов разработки и принятия управленческих решений стратегического и операционного характера;
- изучение способов осуществления, форм и моделей контроллинга в процессе реализации управленческих решений.

3. Содержание

Тема 1. Предмет и задачи курса. Роль и значение дисциплины в экономике и управлении.

Тема 2. Базовые понятия процесса разработки управленческих решений и его особенности.

Тема 3. Классификация задач и типов управленческих решений: критерии, преимущества и недостатки.

Тема 4. Выбор управленческих альтернатив в условиях вероятностной определенности.

Тема 5. Принятие решений в условиях неопределенности.

Тема 6. Использование принципов системного анализа и системного подхода при разработке управленческих решений.

Тема 7. Количественные методы в принятии управленческих решений.

Тема 8. Методы качественного анализа ситуаций при принятии управленческих решений

Тема 9. Основные подходы к оценке эффективности принимаемых управленческих решений.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Лидерство и управление командой»; «Методы исследования в менеджменте»; «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных»; «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p>	<p>ОПК-3.1 Использует знания экономических, управленческих и смежных дисциплин для принятия обоснованных организационно-управленческих решений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - направления развития производственного менеджмента в условиях сложной кросс-культурной, динамической среды и инновационного развития экономики; - методы проектирования и реструктуризации организации и основных бизнес-процессов; - основные положения нормативных документов, регламентирующих деятельность организаций различных форм собственности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - системно мыслить, диагностировать и структурировать проблемы предприятия; - применять на практике теоретические принципы и модели производственного менеджмента. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками постановки и решения проблем экономики и производственного менеджмента предприятия с позиций системного подхода.
	<p>ОПК-3.2 Применяет современные методы и методики для оценки операционной и организационно-управленческой эффективности предложенных мероприятий и учитывает экономические и социальные последствия при принятии управленческих решений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы разработки организационно-управленческих решений - методики оценки операционной и организационно-управленческой эффективности принятых решений <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий менеджмента для обоснования и реализации управленческих решений в производственном (операционном) менеджменте; - производить количественную и качественную оценку вариантов решений; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками диагностики управленческих проблем и задач, разработки альтернативных решений и их оценки в соответствии с требованиями кросс-культурной, динамической среды; - навыками контроля за реализацией решений и

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
		получением ожидаемых результатов, нормативного закрепления принятых решений.
	<p>ОПК-3.3 Выявляет возможные риски в соответствии с требованиями кросс-культурной и динамичной среды при принятии управленческих решений</p>	<p>Знать: -применяемые стандарты риск-менеджмента; -методы идентификации рисков при реализации управленческих решений</p> <p>Уметь: -производить описание риска и формировать «карту риска»;</p> <p>Владеть: -навыками разработки системы управления рисками в соответствии с требованиями кросс-культурной и динамической среды при принятии управленческих решений</p>
	<p>ОПК-3.4 Оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p>	<p>Знать: -методы анализа, мониторинга и контроля факторов риска и последствий организационно-управленческих решений</p> <p>Уметь: -прогнозировать экономические и социальные последствия реализации принимаемых организационно-управленческих решений</p> <p>Владеть: -навыками оценки, анализа и контроля возможных последствий принятых управленческих решений</p>

**«Управление производственными процессами на предприятиях
лесного сектора»**

Объем дисциплины – 4 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

Формирование теоретических знаний и навыков в области принятия управленческих решений, связанных с производственной деятельностью предприятия

2. Задачи изучения дисциплины

- дать теоретические знания в области методологии и методики управления производственными процессами на предприятиях лесного сектора;

- сформировать понятие роли и места предприятия как самостоятельного хозяйствующего субъекта в системе рыночных отношений;

- выявить закономерности развития промышленного производства в условиях внедрения передовых технологий и автоматизации производственных процессов;

- изучить методы рациональной организации производственных процессов на предприятиях лесного сектора, а также способов наиболее эффективного использования производственных ресурсов предприятия;

- сформировать практические навыки проведения технико-экономических расчетов производственной мощности предприятий лесного сектора, длительности производственного цикла и обоснования выбора альтернативного варианта деятельности предприятия в качестве основы для принятия управленческого решения;

- обеспечить изучение новейших методологических и практических разработок в области управления производственными процессами на предприятиях лесного сектора в современных условиях

3. Содержание

Тема 1. Понятие управление предприятием. Производство как объект управления

Тема 2. Организация основного производственного процесса на предприятии и его обслуживание.

Тема 3. Организация использования средств производства, подготовка производства.

Тема 4. Проектирование производственной структуры и системы управления.

Тема 5. Организация управления техническим контролем на предприятии.

Тема 6. Планирование деятельности предприятия.

Тема 7. Оперативно-производственное планирование на предприятиях лесного сектора.

Тема 8. Информационное обеспечение процесса управления и планирования деятельности предприятия

4. Требования к предварительной подготовке студентов

При изучении дисциплины «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора» используются знания и навыки, по-

лученные студентами при освоении дисциплин образовательных программы бакалаврита по направлению «Менеджмент» профиль «Производственный менеджмент в лесном секторе»

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;</p>	<p>ОПК- 4.1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников с использованием современных практик управления</p>	<p>знать: - методы и системы управления в современных экономических условиях -уметь: - применять на практике теоретические принципы, методы и модели управления производственными процессами; владеть: - методами организации, координации и контроля производственных процессов</p>
	<p>ОПК- 4.2 Выявляет и оценивает новые рыночные возможности и точки роста для реализации инновационных проектов или разработки стратегий управления инновационного развития организацией</p>	<p>- знать: - методы проектирования и реструктуризации организации и основных бизнес-процессов - методы организации производственных процессов при различных типах производства; - закономерности функционирования и развития предприятия как сложной технологической и социально- экономической системы; уметь: -системно мыслить, диагностировать и структурировать проблемы предприятия; владеть навыками постановки и решения проблем организации и управления производством с позиций системного подхода</p>
	<p>ОПК- 4.3 Использует в работе методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (произ-</p>	<p>знать: - направления развития управления производственными процессами в условиях глобализации и инновационного развития экономики; - систему прогнозирования и планирования деятельности предприятия - уметь:</p>

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
	водственной) и проектной деятельностью организации	<ul style="list-style-type: none"> - формировать бюджеты развития, оценивать эффективность управленческих действий по развитию предприятия - владеть: - способами количественной оценки и прогнозирования последствий управленческих решений

«Управленческая экономика»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Научить методам и специальным приемам, которые применяются в реальной практике для объективной и всесторонней оценки деятельности экономических агентов в условиях рынка, облегчить процесс принятия экономических решений и планирования хозяйственной деятельности с учетом имеющихся альтернатив в распределении ресурсов, развить навыки использования инструментария микро- и макроэкономического анализа в практической деятельности.

2. Задачи изучения дисциплины

- формирование и закрепление знаний о закономерностях развития современной экономики и общих принципах поведения экономических агентов в условиях рынка,
- выработка навыков применения инструментов экономической теории для принятия эффективных управленческих решений,
- развитие навыков использования инструментария микро- и макроэкономического анализа в практической деятельности специалиста-управленца
- приобретение практических умений и навыков по обоснованию принимаемых управленческих решений с учетом состояния бизнес-среды.

3. Содержание

Тема 1. Введение. Предмет, содержание и задачи курса

Тема 2. Организация управления предприятием

Тема 3. Управление активами предприятия. Управление капиталом предприятия

Тема 4. Себестоимость продаж и ее роль в управлении современным бизнесом

Тема 5. Решения по поводу ценовой политики и объемов продаж предприятия

Тема 6. Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска

Тема 7. Эффективность деятельности предприятия

Тема 8. Стратегическое развитие предприятия

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Требования к предварительной подготовке дисциплине основываются на программе бакалавриата.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.	ОПК-3.1 Использует знания экономических, управленческих и смежных дисциплин для принятия обоснованных организационно-управленческих решений.	Знает <ul style="list-style-type: none">– содержание основных категорий и этапов планирования деятельности предприятия, функционирующего в условиях конкурентных экономических отношений– теоретические основы и методы принятия организационно-управленческих решений и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений Умеет <ul style="list-style-type: none">– экономически правильно формулировать постановку задач и конкретно формализовать в виде соответствующей экономико-управленческой модели на основе положений экономического анализа и показателей– анализировать результаты проблемных ситуаций организации, выявлять и формировать организационно-управленческие решения, разрабатывать и обосновывать их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в ме-	ОПК-5.1 Осуществляет поиск и критически оценивает анализ информации в рамках научного	Знает <ul style="list-style-type: none">- основные результаты новейших исследований в области диагностики, экономического и стратегического анализа социально-экономических проблем

неджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	исследования в ме-неджменте и смежных областях.	<p>- роль комплексного анализа в управлении экономикой хозяйствующего субъекта</p> <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать необходимые статистические данные, обрабатывать их, анализировать и предоставлять в требуемой для информационного обзора и/или аналитического отчета – использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности <p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками оценки производственного потенциала предприятия, факторам роста производства и реализации на товарных рынках
	ОПК-5.3 Использует классические и современные методы проведения научно-исследовательских проектов в области профессиональной деятельности, обработки и представления их результатов	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде – методы качественного и количественного анализа в зависимости от специфики объекта и предмета исследования <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы управленческого и финансового анализа для оценки деловых ситуаций на уровне предприятия, учитывать их связь с критериями рыночного хозяйствования на макроуровне. – применять методы анализа эффективности капитальных и финансовых вложений (инвестиционный анализ (

«Системный анализ»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

дать комплексное изложение теоретико-методологических принципов и конкретных подходов к системной постановке, решению, анализу разнообразных проблемных ситуаций.

2. Задачи изучения дисциплины

- формирование основ методологии системного подхода к постановке, анализу и решению проблем,

- формирование навыков выделения главных, в т.ч. управляемых и неуправляемых, внутренних и внешних и пр. факторов, определяющих ту или иную ситуацию,

- формирование навыков постановки и записи модели данной ситуации,
- формирование навыков алгоритмизации решения,
- формирование навыков оптимизации по какому-либо критерию,
- формирование навыков интерпретации полученного решения.

3. *Содержание*

Основы системной аналитики; Принципы системного подхода. Методология системных исследований; Исследование действий и решений; Задачи сетевого планирования; Иерархии, сравнения и приоритеты в системных решениях производственных задач.

4. *Требования к предварительной подготовке студентов.*

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных»

5. *Требования к результатам освоения*

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода	<p>Знать категории системного анализа как основы для логического и последовательного подхода к проблеме принятия решений.</p> <p>Уметь формулировать цели исследования и совершенствования функционирования систем.</p> <p>Владеть навыками применения полученных знаний для анализа систем любого класса, разработки дискретных цифровых и вероятностных моделей систем, выявления на их основе характеристики функционирования.</p>
		УК-1.2 Использует законы и формы логически правильного мышления, ос-	<p>Знать методологические основы определения целей и критериев достижения целей при исследовании систем и системном анализе.</p>

		<p>новые принципы системного подхода</p>	<p>Уметь выполнять постановку и формализацию задач оптимизации и принятия решений при исследовании систем.</p> <p>Владеть современными математико-статистическими методами сбора и обработки информации.</p>
		<p>УК-1.3 Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке. Предлагает способы их решения</p>	<p>Знать основные понятия и определения теории систем, моделирования как метода исследования систем.</p> <p>Уметь применять последовательность методов системного анализа при описании и изучении сложных объектов в процессе выявления «слабых» мест в организационных структурах управления системами</p> <p>Владеть - методами формирования управленческих решений в условиях неопределенности и риска; - навыками построения и анализа математических и алгоритмических моделей производственных процессов.</p>
		<p>УК-1.4 Вырабатывает стратегию действий на основе анализа проблемных ситуаций</p>	<p>Знать терминологию системного моделирования; способы формулировки проблемной ситуации.</p> <p>Уметь обосновывать и применять методологические и инструментальные средства для анализа производственных систем;</p> <p>Владеть навыками грамотно языком предметной области; анализа и синтеза структур систем.</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами	ПК-1.1 Принимает и обосновывает управленческие решения	<p>Знать основы подготовки решения к реализации и проверки эффективности решения</p> <p>Уметь использовать методы экономического анализа решений, информационной подготовки и принятия решений; применять математические методы, и вычислительную технику для решения практических задач.</p> <p>Владеть инструментами решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений.</p>
	ПК-1.2 Применяет методы управления для достижения поставленных целей и задач	<p>Знать границы применимости ряда процедур системного анализа.</p> <p>Уметь интерпретировать результаты решения задач системного анализа.</p> <p>Владеть навыками оптимизации структуры систем по результатам анализа.</p>
	ПК-1.3 Собирает и анализирует необходимую информацию для принятий управленческих решений	<p>Уметь проводить анализ и синтез структур систем; систематизировать и обобщать информацию.</p> <p>Владеть навыками обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения.</p>

«Экономика и организация деревообрабатывающих производств»

Объем дисциплины – 3 з.е.

Форма контроля – зачет

1. *Цель изучения дисциплины*

Цель: углубление экономических знаний с учетом отраслевых особенностей и специфики развития деревообрабатывающих производств.

Преподавание дисциплины должно способствовать повышению профессиональной подготовки магистров по вопросам сбора, обработки информации и управления экономической эффективностью производства.

2. Задачи изучения дисциплины

- освоение методов и приемов современного менеджмента,
- умение профессионально адаптироваться к реальным условиям хозяйствования,
- умение самостоятельно решать конкретные задачи отрасли, связанные с организацией, планированием и управлением предприятием на всех уровнях.

3. Содержание

Тема 1. Проблемы и перспективы развития ЛПК. Инновационные разработки на предприятиях ЛПК

Тема 2. Основы организации производств. Особенности организации производства вспомогательных подразделений. Производственный потенциал и производственная программа деревообрабатывающих предприятий.

Тема 3. Производственные возможности использования ресурсов – основные фонды.

Тема 4. Материальная база деревоперерабатывающих предприятий – оборотные средства

Тема 5. Трудовые ресурсы. Производительность труда. Заработная плата.

Тема 6. Себестоимость продукции. Планирование себестоимости. Специфика формирования в отрасли. Пути снижения. Основы принятия ценовых решений на продукцию предприятия.

Тема 7. Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятия. Понятие рентабельность.

Тема 8. Стратегическое прогнозирование и текущее планирование объемов реализации продукции деревообрабатывающих производств

Тема 9. Инвестиции финансирования проектов. Экономическая оценка инвестиций.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора», «Политика цен организаций», «Развитие рынка продукции деревообрабатывающих производств».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами	ПК-1.1 Принимает и обосновывает управленческие решения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные проблемы и перспективы развития ЛПК - инновационные разработки в отрасли - основные положения нормативных документов, регламентирующих деятельность организаций различных форм собственности. - принципы решения технико-экономических, организационных и управленческих вопросов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -находить пути и способы эффективного решения конкретных хозяйственных задач; -рассчитывать необходимые экономические показатели - применять методы рационального хозяйствования для решения технико-экономических и организационных вопросов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками обоснования управленческих решений
	ПК-1.2 Применяет методы управления для достижения поставленных целей и задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы принятия управленческих решений и основы управления деятельностью предприятий <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать методы принятия управленческих решений на практике <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методов принятия управленческих решений на практике
	ПК-1.3 Собирает и анализирует необходимую информацию для принятий управленческих решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - открытые источники и унифицированные формы отчетов, из которых можно получить необходимую информацию <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать и анализировать информацию для решения поставленной задачи
ПК-2 Способен разрабатывать стратегии и про-	ПК-2.1 Проводит анализ возможностей развития ком-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - каким образом работает хозяйственный механизм в области принятия управленческих

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
граммы организационного развития и изменений в организации и обеспечивать их реализацию	пании и имеющихся ресурсов	<p>решений на уровне производства, предприятия и отдельного потребителя в условиях дефицита ресурсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа возможностей развития компании и имеющихся ресурсов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -рассчитывать необходимые экономические показатели возможностей развития компании и имеющихся ресурсов - применять методы анализа возможностей развития компании и имеющихся ресурсов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками расчета экономической эффективности принятия управленческих решений
	<p>ПК-2.2 Применяет на практике методы стратегического анализа, собирает и обосновывает материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы стратегического анализа для управления бизнес-процессами <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать методы стратегического анализа для управления бизнес-процессами - оценивать эффективность принимаемых решений на основании проведенного стратегического анализа <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методов стратегического анализа для управления бизнес-процессами
	<p>ПК-2.3 Разрабатывает комплекс стратегических (решений) проектов, которые должны привести к достижению поставленных целей</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -виды управленческих решений и методы их принятия <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать комплекс стратегических решений (проектов) достижения поставленных целей, как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки комплекса стратегических решений (проектов) для достижения поставленных целей, как последовательности шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние

<p>ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований</p>	<p>ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых</p>	<p>Уметь: - искать и анализировать информацию по тематике исследования отечественных и зарубежных ученых</p> <p>Владеть: - методами поиска и анализа информации по тематике исследования</p>
---	---	--

«Маркетинговые исследования»

Объем дисциплины – 5 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

получить теоретические знания в области организации и проведения маркетинговых исследований и практические навыки, необходимые для использования результатов маркетинговых исследований в сфере управления и предпринимательства.

2. Задачи дисциплины:

- освоение принципов организации и проведения маркетинговых исследований для обеспечения эффективных рыночных решений;
- освоение методов, способов и технологий проведения маркетинговых исследований, направленных на изучение спроса;
- умение обрабатывать и анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований, формулировать выводы и применять результаты исследований в практической деятельности предприятия.

3. Содержание

1. Роль и значение маркетинговых исследований в системе маркетинга предприятия.
2. Международный кодекс маркетинговых исследований (ESOMAR).
3. Методы сбора первичной информации (наблюдение, эксперимент, интервью, анкетирование).
4. Анализ и подготовка отчета о проведенном исследовании.
5. Маркетинговые исследования рынка. Выбор целевого рынка.
6. Маркетинговые исследования спроса и формирование товарного предложения.

7. Маркетинговые исследования системы ценообразования.
8. Маркетинговые исследования системы сбыта.
9. Исследования системы маркетинговых коммуникаций.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: Планирование маркетинговой деятельности, Разработка управленческих решений, Экономика и организация деревоперерабатывающих производств, Политика цен организаций, Системный анализ.

5. Требования к результатам освоения

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.5. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности. - методы взаимодействия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно использовать стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде. - применять принципы социального взаимодействия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд.

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен участвовать в разработке маркетинговых программ организа-	ПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования и собирает и анализирует необходи-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные термины и определения по предмету. - основные характеристики информации и требования, предъявляемые к ней. - источники информации, требуемой для реше-

<p>ции, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия, направленные на развитие организации</p>	<p>мую информацию</p>	<p>ния поставленной задачи и получения необходимых результатов.</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные различия между фактами, мнениями, интерпретациями и оценками. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различные типы поисковых запросов. - критически работать с информацией. - формировать собственное мнение о фактах, мнениях, интерпретациях и оценках информации. - обосновывать варианты решений поставленных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью поиска информации. - способностью определять, интерпретировать и ранжировать информацию. - методами анализа и синтеза в решении задач. - способностью предлагать варианты решения поставленной задачи и оценивать их достоинства и недостатки.
	<p>ПК-4.2 Способен применять методологические подходы и методы ценообразования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологические подходы и способы ценообразования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования в области ценообразования. - устанавливать связь ЦП с ЖЦП. - применять выводы для разработки маркетинговой политики. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методов ценообразования в зависимости от стадии ЖЦП.
	<p>ПК-4.3 Участвует в разработке ценовой политики организации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теорию взаимосвязи цены с другими элементами комплекса маркетинга. - подходы к формированию ценовой политики организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения в части ценообразования. - оценивать эффективность ценовой политики в зависимости от ЖЦП. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью формировать и аргументировать свои выводы и суждения.

		- навыками применения ценовой политики для развития организации.
ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований	ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых	Знать: - каналы информации. - методы исследования. Уметь: - определять задачи исследования. - осуществлять поиск информации. - анализировать информацию. Владеть: - навыками поиска и анализа информации.
	ПК-6.3 Обобщает результаты и составляет отчет о результатах исследований	Знать: - принципы составления отчета о результатах исследования. - подходы к аналитике полученных данных. Уметь: - определять и обобщать результаты исследования. - составлять отчет о результатах исследования. Владеть: - навыками оценки результатов исследования. - способностью составления отчета.
ПК-7 Способен выполнить поиск и анализ необходимой информации, подготовить информационный обзор и отчет о результатах проведенных исследований	ПК-7.1 Выполняет поиск, систематизирует и обрабатывает необходимую информацию	Знать: - каналы информации. - методы исследования. Уметь: - определять задачи исследования. - осуществлять поиск информации. - обрабатывать и анализировать информацию. Владеть: - навыками поиска, обработки и анализа информации.
	ПК-7.3 Способен анализировать поведение потребителей экономических благ	Знать: - принципы и варианты поведения потребителей. - методы оценки поведения потребителей. Уметь: - определять принципы и варианты поведения потребителей. - проводить оценку поведения потребителей. Владеть: - навыками анализа поведения потребителей.

«Практическое применение теории цифрового дизайна в технологиях построения бренда»

Объем дисциплины – 5 з.е.

Форма контроля – зачет, экзамен

1. Цель изучения дисциплины

– подготовка высококвалифицированных практико-ориентированных специалистов в области бренд-менеджмента и маркетинга, основанного на внедрении цифровых дизайн-технологий для построения экономически выгодного и инвестиционно-привлекательного бренда.

2. Задачи изучения дисциплины

– получить общие знания по истории зарождения цифрового искусства и дизайна;

– развить специализированные профильные навыки по внедрению теории цифрового дизайна во все виды деятельности общества;

– изучить цифровые инструменты для творческой самореализации в индустрии новых медиа;

– сформировать навыки по системному внедрению современных цифровых технологий в дизайне и искусстве при создании бренда компаний.

3. Содержание

Тема 1. Историко-теоретические предпосылки возникновения цифровой проектной культуры и искусства.

Тема 2. Области современного цифрового искусства и дизайна.

Тема 3. Жанровые особенности цифрового дизайна.

Тема 4. Теоретическое и практическое применение принципов цифрового дизайна в виртуальном пространстве.

Тема 5. Генеративная эстетика и генеративный дизайн.

Тема 6. Правила создания цифрового дизайн-кода в технологии построения бренда.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения дисциплин «Методы исследования в менеджменте», «Тайм менеджмент», «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименования профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модуль)
ПК-1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами	ПК-1.4 Предвидит результаты (последствия) принимаемых решений	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы и способы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предвидеть результаты (последствия) принимаемых решений; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками предупреждения и планирования ожидаемых результатов (последствий) принимаемых решений.
ПК-3 Способен разрабатывать стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной среде	ПК-3.1 Способен применять на практике теорию и техники цифрового дизайна при построении бренда	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные практические приемы реализации теорию цифрового дизайна при построении бренда; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять на практике полученные знания по теории и технике цифрового дизайна при построении бренда; <p>владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками по разработке стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной среде.
ПК-5 Способен участвовать в создании продвижении и развитии бренда	ПК-5.2 Способен использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устройство цифровых технологий для создания дизайна и развития бренда; – принцип работы современных коммуникационных каналов для продвижения и развития бренда; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать информационные технологии для создания дизайнерских образов в цифровой форме в создании бренда; – применять и управлять современными коммуникационными каналами для продвижения и развития бренда; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с современными комму-

		никационными каналами для продвижения и развития бренда.
	ПК-5.3 Способен применять на практике технологии продвижения и развития бренда	знать: – принципы и закономерности технологий продвижения и развития бренда;
		уметь: – использовать современные практические приемы для продвижения и развития бренда;
		владеть: – навыками практического применения технологий продвижения и развития бренда.
	ПК-5.6 Способен применять на практике инструменты маркетинговых коммуникаций	знать: – принципы и инструменты маркетинговых коммуникаций для продвижения и развития бренда;
		уметь: – использовать информационные технологии для создания дизайнерских образов в цифровой форме в создании бренда;
		владеть: – навыками практического применения инструментов маркетинговых коммуникаций в создании, продвижении и развитии бренда.
ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований	ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых	знать: – круг задач в рамках поставленной цели по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых; – принципы распределения усилий по выполнению проекта согласно временному регламенту;
		уметь: – решать конкретные задачи проекта заявленного качества за установленное время;
		владеть: – навыками качественного проведения самостоятельных исследований в соответствии с поставленными задачами.
	ПК-6.2 Проводит анализ полученной информации	знать: – принципы и закономерности проведения аналитических исследований на заданную тематику;
		уметь: – проводить анализ полученной информации;

		владеть: – навыками обобщения и критического оценивания результатов полученных исследований.
--	--	--

«Технологии виртуальной и дополнительной реальности»

Объем дисциплины - 5 з.е.

Форма контроля – зачет, экзамен

1. Цель изучения дисциплины

является формирование знаний и навыков обучающихся в области применения виртуальной и дополненной реальности для решения профессиональных задач маркетинга.

2. Задачи изучения дисциплины

- изучение основных понятий и принципов VR/AR систем;
- изучение возможностей VR/AR систем на основе интерактивной 3D графики для различных применений в профессиональной деятельности;
- изучение платформ для создания приложений и особенностей программной реализации.
- формирование представления о разнообразии, конструктивных особенностях и принципах работы VR/AR-устройств.

3. Содержание

Тема 1. Основные понятия виртуальной и дополненной реальности.

Тема 2. Особенности работы с мультиплатформенными инструментами для создания трёхмерных игровых приложений.

Тема 3. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности для создания трёхмерных игровых приложений.

Тема 4. Технология дополненной реальности.

Тема 5. Технология виртуальной реальности.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения дисциплин «Методы исследования в менеджменте», «Тайм менеджмент», «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p style="text-align: center;">ПК-1</p> <p>Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами</p>	<p>ПК-1.4</p> <p>Предвидит результаты (последствия) принимаемых решений</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • технологические устройства в областях виртуальной и дополненной реальностей для принятия решений маркетинга; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать различные модели, используемые в виртуальной среде, управлять правами доступа пользователей к ресурсам для обеспечения информационной безопасности;
<p style="text-align: center;">ПК-3</p> <p>Способен разрабатывать стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной среде</p>	<p>ПК-3.1</p> <p>Способен применять на практике теорию и техники цифрового дизайна при построении бренда</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные прикладные программы моделирования трёхмерных графических объектов при построении бренда; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать различное программное обеспечение AR/VR для создания бренда.
<p style="text-align: center;">ПК-5</p> <p>Способен участвовать в создании продвижении и развитии бренда</p>	<p>ПК-5.2</p> <p>Способен использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия в областях виртуальной и дополненной реальностей <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать различное программное обеспечение AR/VR для продвижения и развития бренда в цифровом пространстве
	<p>ПК-5.4</p> <p>Применяет на практике методы оценки стоимости бренда</p>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять дорожную карту проекта комбинируя различные технологии AR/VR. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками реализации мультимедийных ИР с использованием технологий виртуальной и дополненной реальностей.
	<p>ПК-5.6</p> <p>Способен применять на практике инструменты маркетинговых коммуникаций</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды, объекты и системы виртуальной реальности, различные подходы к их организации для решения задач маркетинга; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • адаптировать возможности существующих движков под задачи проекта в области вирту-

		альной и дополненной реальностей
ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований	ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых	уметь: <ul style="list-style-type: none"> • выполнять обмен графическими данными между различными программами AR/VR;
	ПК-6.2 Проводит анализ полученной информации	уметь: <ul style="list-style-type: none"> • анализировать, синтезировать полученные данные для возможности использования их при создании AR/VR

« Инструменты интернет-маркетинга для управления брендингом»

Объем дисциплины – 5 з.е.

Форма контроля – экзамен.

1.Цель изучения дисциплины:

– формирование у студентов систематизированных знаний в области управления брендингом на современном уровне, способствующих развитию профессиональных навыков в создании, продвижении и развитии брендов, и готовности студента к использованию полученных в результате изучения дисциплины знаний и умений в профессиональной деятельности.

2.Задачи изучения дисциплины:

– усвоение основных понятий и категорий брендинга, способов организации деятельности по брендингу, методов оценки бренда для управления процессами удовлетворения потребностей покупателей, формирования их лояльности;

– овладение знаниями о применении инструментов маркетинговых коммуникаций, интернет –маркетинга при решении задач управления брендингом;

– усвоение порядка грамотного выбора и аргументации использования стратегии и тактики управления брендом, методов оценки стоимости бренда;

овладения навыками применения на практике методики формирования бренда, технологии продвижения и развития бренда, инструментов интернет –маркетинга при решении задач управления брендингом.

3. Содержание

Теоретические и методические основы брендинга.

Понятие товарного знака. Защита товарного знака. Понятие марки. Значение марки в системе маркетинга. Марка производителя и торговая марка. Понятие бренда. Преимущества бренда со стороны потребителя и производителя. Эволюция теоретических подходов к разработке бренда. Структура бренда. Определение сильных сторон бренда. Определение эмоциональной силы бренда. Бренд-коммуникации. Понятие брендинга. Современные требования, предъявляемые к брендингу.

Современная концепция управления брендами.

Теоретические основы брендинга, ориентированного на идентичность. Рыночный и ресурсный подходы к брендингу. Концептуальные основы брендинга, ориентированного на идентичность. Управление брендами в общей концепции менеджмента предприятия. Процесс брендинга. Задачи и организационные предпосылки управления брендами. Модель GAP как интегрированный инструмент управления брендами.

Формирование стратегий брендинга.

Архитектура брендов. Основные стратегии профилирования брендов при горизонтальной конкуренции. Основные стратегии профилирования брендов при вертикальной конкуренции. Основные стратегии профилирования брендов при международной конкуренции. Расширение, оживление и элиминация брендов.

Особенности управления брендами различных видов товаров и услуг.

Особенности управления брендами услуг. Управление торговыми брендами. Управление брендами престижных и модных товаров. Формирование брендов регионов. Брендинг в сфере политики.

Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций для управления брендингом.

Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятие, средства и особенности коммуникативного воздействия. Интегрированные маркетинговые коммуникации в интернет-маркетинге. Разработка программы интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда в Интернете.

Построение и развитие бренда в Интернете.

Особенности интернет-брендинга. Преимущества и недостатки интернет-брендинга. Инструменты интернет-маркетинга, применяемые в брендинге.

4. Требования к предварительной подготовке студентов:

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных»,

«Методы исследования в менеджменте», «Разработка управленческих решений», «Практическое применение теории цифрового дизайна в технологиях построения бренда».

5. Требования к результатам освоения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-5 Способен участвовать в создании продвижения и развитии бренда	ПК-5.1 Применение Законодательства Российской Федерации и международного права в области маркетинговой деятельности, стандартов и этических принципов, регулирующих коммуникационную политику организации	<ul style="list-style-type: none"> – знать основные понятия и категории брендинга; способы организации деятельности по брендингу, методы оценки бренда для управления процессами удовлетворения потребностей покупателей, формирования их лояльности; – уметь использовать основные законы и стандарты в области маркетинговой деятельности для решения профессиональных задач; – владеть знаниями организации деятельности по брендингу.
	ПК-5.2 Способен использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда	<ul style="list-style-type: none"> – знать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда; – уметь использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда ; – владеть навыками использования современных коммуникационных каналов для решения профессиональных задач.
	ПК-5.3 Способен применять на практике технологии продвижения и развития бренда	<ul style="list-style-type: none"> – знать способы организации деятельности по брендингу, технологии продвижения и развития бренда для управления процессами удовлетворения потребностей покупателей; – уметь использовать технологии продвижения и развития бренда; – владеть основными технологиями продвижения и развития бренда для решения профессиональных задач.
	ПК-5.4 Применяет на практике методы оценки стоимости	<ul style="list-style-type: none"> – знать методы оценки бренда для управления процессами удовлетворения потребностей покупателей; – уметь оценивать бренды для управления про-

	бренда	<p>цессами удовлетворения потребностей покупателей товаров, формирования их лояльности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – владеть навыками оценки бренда для управления процессами удовлетворения потребностей покупателей товаров, формирования их лояльности.
	ПК-5.5 Способен применять на практике методики формирования бренда	<ul style="list-style-type: none"> – знать основные понятия и категории брендинга; способы организации деятельности, методики формирования бренда; – уметь грамотно применять на практике методики формирования бренда; – владеть основными методиками формирования бренда, технологиями продвижения и развития бренда для решения профессиональных задач.
	ПК-5.6 Способен применять на практике инструменты маркетинговых коммуникаций	<ul style="list-style-type: none"> – знать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда; инструменты маркетинговых коммуникаций; – использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда; – владеть навыками применения на практике интернет-инструментов маркетинговых коммуникаций.

«Цифровой маркетинг»

Объем дисциплины – 5 з.е.

Форма контроля – экзамен

1. Цель изучения дисциплины

получить теоретические знания в области цифрового маркетинга и практические навыки, необходимые для разработки маркетинговых решений на основе использования цифровых сред, цифровых инструментов, технологий и цифровых моделей, обеспечивающих функционирование маркетинговой деятельности на уровне управления предприятием, организацией и в сфере предпринимательства.

2. Задачи изучения дисциплины

- усвоение принципов разработки и принятия маркетинговых решений на основе активного использования цифровых платформ и цифровых техно-

логий с целью обеспечения успешной деятельности предприятия, функционирующего в условиях цифровой парадигмы современного рынка;

- освоение методов, процедур и алгоритмов разработки и принятия ориентированных на использование цифровых технологий маркетинговых решений стратегического и операционного характера;

- изучение моделей, форм и способов планирования и организации маркетинговой деятельности предприятия на базе использования цифровых сред, цифровых инструментов и технологий.

3. Содержание

Тема 1. Условия и предпосылки возникновения и формирования концепции цифрового маркетинга. Цифровизация, цифровая трансформация и становление цифровой парадигмы функционирования социально экономических систем. 4-я промышленная революция, «промышленный интернет» и «интернет вещей». Цифровая экономика как мегатренд постиндустриального развития. Информационная экономика и экономика знаний. Глобальная экономика и глобальный маркетинг в пространстве гиперкоммуникаций. Данные как новый экономический ресурс, технологии «больших данных» (bigdata) и становление новой экономики – экономики данных.

Тема 2. Техническое обеспечение и технологическая инфраструктура цифрового маркетинга. Глобальные сети, цифровые сервисы, управляющие программы, пользовательские приложения. Сенсорные технологии и цифровые интерфейсы. Штрих и QR-кодирование, RFID-метки и иные системы цифровой идентификации и паспортизации предметов, объектов, явлений, процессов, товаров, услуг, работ. Технологии беспроводной связи. Нейротехнологии и искусственный интеллект. Технологии виртуальной и дополненной реальности. Автономные дистанционные взаимодействия в системе глобального интернета. Интернет вещей как глобально интегрированная киберфизическая система.

Тема 3. Цифровой маркетинг и системы «цифровых удобств»: интернет-продажи, интернет-реклама, интернет-логистика, системы электронных платежей, системы эквайринга, интернет-банкинг. Цифровой маркетинг как катализатор процесса созревания рынков товаров и услуг и их перехода к этапу коммодитизации (от уникального предложения и функциональной конкуренции к товарной стандартизации и конкурированию на основе цены).

Тема 4. Сайт компании как виртуальное представительство (виртуальный офис) организации. Принципы и технологии формирования и поддержки сайта организации. Web-дизайн и web-мастеринг. Маркетинговый инструментарий создания и продвижения интернет-магазина. Контент-маркетинг и

контент-стратегии, ориентированные на рынки B2B и B2C. Особенности функционирования виртуальной маркетинговой системы организации и формирование программ цифровой лояльности потребителей.

Тема 5. Маркетинговые исследования в системе цифрового маркетинга. Виды, направления и инструменты web-аналитики: исследование сегментации, конкурентный анализ и определение позиции бренда компании, платформы для интерактивной двух- и многосторонней коммуникации между фирмой и потребителями, организация фокус-групп в онлайн-формате, организация онлайн-панелей, тестирование концепций, инновационных продуктов и услуг в режиме онлайн, бенчмаркинг и стратегическая разведка.

Тема 6. Анализ конкурентоспособности фирмы на основе построения конкурентных карт целевых рынков. Конкуренция на основе бренда и конкурентные стратегии. Стратегии создания и продвижения бренда в онлайн-среде. Поисковая оптимизация (SEO-технологии). Маркетинг в поисковых системах. Маркетинг в социальных сетях. Контент-маркетинг как фактор повышения конкурентоспособности. Стратегии выхода компании на зарубежные рынки.

Тема 7. Коммуникации и продвижение бренда. Разработка концепции и программы развития маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде. Реклама, паблик-рилейшнз и паблисити. Организация и планирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии цифрового маркетинга. Миссия предприятия и развитие бренда организации.

Тема 8. Медиапланирование. Формирование медиаплана организации. Оценка эффективности в системе медиапланирования: величина охвата, суммарный рейтинг, целевые действия клиентов и конверсия сайта. Стоимостные показатели эффективности сайта компании. Медийная реклама.

Тема 9. Развитие системы бренд-менеджмента и формирование программы повышения стоимости бизнеса. Бренд и его базовые функции в системе цифрового маркетинга. Архитектура бренда. Классические бренд-модели и разработка стратегий повышения узнаваемости бренда. Использование принципов маркетинга влияния.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Маркетинг», «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных», «Разработка управленческих решений».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине(модулю)
<p>ПК-5 Способен участвовать в создании продвижении и развитии бренда</p>	<p>ПК-5.1 Применение Законодательства Российской Федерации и международного права в области маркетинговой деятельности, стандартов и этических принципов, регулирующих коммуникационную политику организации</p>	<p>- знать Законодательство РФ, а также международные правовые нормы, стандарты, правила и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации в области маркетинговой деятельности</p> <p>- уметь Использовать на практике национальные и международные правовые нормы, стандарты, правила и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации в области маркетинговой деятельности</p> <p>- владеть Методиками поиска релевантных правовых документов, относящихся к компетенции национального и международного права в части регулирования маркетинговой деятельности и коммуникационной политики организации</p>
	<p>ПК-5.2 Способен использовать современные коммуникационные каналы для продвижения и развития бренда</p>	<p>- знать Возможности, технологические условия применения и правила использования современных коммуникационных каналов для продвижения и развития бренда</p> <p>- уметь Использовать возможности современных коммуникационных каналов для продвижения и развития бренда</p> <p>- владеть Технологиями применения современных коммуникационных каналов для продвижения и развития бренда</p>
	<p>ОПК-5.3 Способен применять на практике технологии продвижения и развития бренда</p>	<p>- знать Базовые технологии, используемые в практике продвижения и развития бренда</p> <p>- уметь Применять базовые технологии, используемые в практике продвижения и развития бренда</p> <p>- владеть Методиками, техниками и инструментальными средствами, обеспечивающими применение на</p>

		практике технологий продвижения и развития бренда
	ПК-5.4 Применяет на практике методы оценки стоимости бренда	<p>- знать Основные подходы, принципы и методы оценивания стоимости бренда</p> <p>- уметь Применять на практике принципы и методы оценивания стоимости бренда</p> <p>- владеть Оценочными средствами и расчетными процедурами, позволяющими применять на практике методы оценки стоимости бренда</p>
	ПК-5.5 Способен применять на практике методики формирования бренда	<p>- знать Подходы, принципы, базовые модели и методики формирования бренда</p> <p>- уметь Использовать на практике принципы, базовые модели и методы формирования бренда</p> <p>- владеть Методиками и техниками использования базовых моделей формирования бренда</p>
	ПК-5.6 Способен применять на практике инструменты маркетинговых коммуникаций	<p>- знать Инструментарий (в том числе цифровой) и технологическую базу, используемую в системе маркетинговых коммуникаций</p> <p>- уметь Применять на практике цифровые инструменты и технологии поддержки маркетинговых коммуникаций</p> <p>- владеть Техникой и инструментарием (в том числе цифровым), позволяющим реализовывать на практике потенциал маркетинговых коммуникаций</p>

«Политика цен организаций»

Объем дисциплины – 3 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель дисциплины

формирование у студентов систематизированной базы знаний в области политики цен организаций для проведения научных исследований и применения на практике.

2. Задачи дисциплины

- получение знаний по теории ценообразования, ценовой политике организаций, методам установления цен;
- усвоение современной теории ценообразования для квалифицированного использования на практике;
- усвоение методов затратного, ценностного и эконометрического ценообразования для проведения самостоятельных исследований.

3. Содержание

1. Ценовая политика и стратегия предприятия.
2. Роль и содержание информации при формировании ценовой политики организации.
3. Методологические подходы к ценообразованию.
4. Затратные методы ценообразования.
5. Рыночные методы установления цен.
6. Эконометрические методы ценообразования.
7. Договорное ценообразование.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: Системный анализ.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3 Способен разрабатывать стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной среде	ПК-3.2 Использует для достижения поставленной цели исследовательские, в том числе маркетинговые инструменты	Знать: <ul style="list-style-type: none">- особенности маркетинговых инструментов.- отличия исследовательских инструментов от маркетинговых. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- определять инструменты, подходящие для достижения цели.- применять исследовательские инструменты для решения задач. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- способностью отличать маркетинговые инструменты от исследовательских.- навыками использования маркетинговых инструментов
	ПК-3.3 Способен разрабатывать подходы, определять направления разви-	Знать: <ul style="list-style-type: none">- стратегии поведения на рынке.- направления развития предприятия. Уметь:

	<p>тия и формировать стратегии поведения на рынке</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определять инструменты, подходящие для достижения цели. - применять исследовательские инструменты для решения задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки подходов и направлений развития предприятия. - навыками формирования стратегии поведения на рынке.
<p>ПК-4 Способен участвовать в разработке маркетинговых программ организации, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия, направленные на развитие организации</p>	<p>ПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования и собирает и анализирует необходимую информацию</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные термины и определения по предмету. - основные характеристики информации и требования, предъявляемые к ней. - источники информации, требуемой для решения поставленной задачи и получения необходимых результатов. - основные различия между фактами, мнениями, интерпретациями и оценками. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различные типы поисковых запросов. - критически работать с информацией. - формировать собственное мнение о фактах, мнениях, интерпретациях и оценках информации. - обосновывать варианты решений поставленных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью поиска информации. - способностью определять, интерпретировать и ранжировать информацию. - методами анализа и синтеза в решении задач. - способностью предлагать варианты решения поставленной задачи и оценивать их достоинства и недостатки.

	<p>ПК-4.2 Способен применять методологические подходы и методы ценообразования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологические подходы и способы ценообразования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования в области ценообразования. - устанавливать связь ЦП с ЖЦП. - применять выводы для разработки маркетинговой политики. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методов ценообразования в зависимости от стадии ЖЦП.
	<p>ПК-4.3 Участвует в разработке ценовой политики организации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теорию взаимосвязи цены с другими элементами комплекса маркетинга. - подходы к формированию ценовой политики организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения в части ценообразования. - оценивать эффективность ценовой политики в зависимости от ЖЦП. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью формировать и аргументировать свои выводы и суждения. - навыками применения ценовой политики для развития организации.
<p>ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований</p>	<p>ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - каналы информации. - методы исследования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи исследования. - осуществлять поиск информации. - анализировать информацию. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска информации
	<p>ПК-6.2 Проводит анализ полученной информации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять информацию для анализа. - осуществлять обработку информации. - анализировать информацию. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками обработки и анализа информации.

«Развитие рынка продукции деревообрабатывающих производств»

Объем дисциплины – 3 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретической базы для понимания концептуальных и методических основ маркетинговой деятельности в условиях ужесточающейся конкурентной борьбы на международном рынке лесных продуктов; а так же практических навыков, которые в дальнейшем могут быть положены в основу принятия эффективных предпринимательских решений.

2. Задачи изучения дисциплины

- рассмотрение теоретических, методических и концептуальных основ и механизмов развития рынков деревообрабатывающих производств;

- изучение основ экономических, правовых и социальных взаимоотношений между контрагентами, возникающих в сфере обмена лесными продуктами на внутреннем и внешнем рынках.

3. Содержание

Тема 1. Рынок лесных продуктов: базовые понятия.

Товарный рынок. Лесной рынок: основные факторы и специфические особенности. Типы и виды лесных рынков, их классификация.

Тема 2. Основные экономические и политические процессы, влияющие на рынки лесных продуктов.

Экономические изменения и их последствия для лесного рынка. Текущая экономическая ситуация на мировом лесном рынке и на субрегиональных рынках. Торговая политика. Политика по вопросам, касающимся климата и энергии. Политика в области окружающей среды.

Тема 3. Рынки пиломатериалов хвойных и лиственных пород.

Назначение и виды пиломатериалов. Европейский субрегион. Субрегион СНГ с уделением основного внимания Российской Федерации. Субрегион Северной Америки.

Тема 4. Рынки лесных продуктов с добавленной стоимостью.

Рынок мебели. Рынок плотничных и столярных строительных изделий и профилированного погонажа. Рынок древесных ламинатных настилочных материалов. Рынок конструктивных изделий из древесины.

Тема 5. Рынки текстиля на основе древесного сырья и рынки листовых древесных материалов.

Характеристики волокон из продуктов переработки древесины. Мировое производство и потребление волокон на основе древесной целлюлозы. Перспективы развития рынка волокон на основе древесного сырья. Виды листовых древесных материалов

Тема 6. Рынки бумаги, картона, целлюлозы.

Европейский субрегион. Субрегион СНГ с уделением основного внимания Российской Федерации. Субрегион Северной Америки.

Тема 7. Современные тенденции в развитии деревянного домостроения. Рынки жилья и строительства. Европейский субрегион. Субрегион СНГ. Субрегион Северной Америки.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных», «Системный анализ», «Экономика и организация деревоперерабатывающих производств».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3 Способен разрабатывать стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной среде	ПК-3.2 Использует для достижения поставленной цели исследовательские, в том числе маркетинговые инструменты	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности маркетинговых инструментов. - отличия исследовательских инструментов от маркетинговых. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять инструменты, подходящие для достижения цели. - применять исследовательские инструменты для решения задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью отличать маркетинговые инструменты от исследовательских. - навыками использования маркетинговых инструментов
	ПК-3.3 Способен разрабатывать подходы, определять направления развития и формировать стратегии поведения на рынке	

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки подходов и направлений развития предприятия. - навыками формирования стратегии поведения на рынке.
<p>ПК-4 Способен участвовать в разработке маркетинговых программ организации, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия, направленные на развитие организации</p>	<p>ПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования и собирает и анализирует необходимую информацию</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные термины и определения по предмету. - основные характеристики информации и требования, предъявляемые к ней. - источники информации, требуемой для решения поставленной задачи и получения необходимых результатов. - основные различия между фактами, мнениями, интерпретациями и оценками. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различные типы поисковых запросов. - критически работать с информацией. - формировать собственное мнение о фактах, мнениях, интерпретациях и оценках информации. - обосновывать варианты решений поставленных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью поиска информации. - способностью определять, интерпретировать и ранжировать информацию. - методами анализа и синтеза в решении задач. - способностью предлагать варианты решения поставленной задачи и оценивать их достоинства и недостатки.
	<p>ПК-4.2 Способен применять методологические подходы и методы ценообразования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологические подходы и способы ценообразования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования в области ценообразования. - устанавливать связь ЦП с ЖЦП. - применять выводы для разработки маркетинговой политики. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методов ценообразования в зависимости от стадии ЖЦП.
	<p>ПК-4.3 Участвует в</p>	<p>Знать:</p>

	разработке ценовой политики организации	<ul style="list-style-type: none"> - теорию взаимосвязи цены с другими элементами комплекса маркетинга. - подходы к формированию ценовой политики организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения в части ценообразования. - оценивать эффективность ценовой политики в зависимости от ЖЦП. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью формировать и аргументировать свои выводы и суждения. - навыками применения ценовой политики для развития организации.
ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований	ПК-6.1 Выполняет поиск и изучает информацию по тематике исследования, отечественных и зарубежных ученых	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - каналы информации. - методы исследования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи исследования. - осуществлять поиск информации. - анализировать информацию. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска информации
	ПК-6.2 Проводит анализ полученной информации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять информацию для анализа. - осуществлять обработку информации. - анализировать информацию. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками обработки и анализа информации.

«Планирование маркетинговой деятельностью на предприятиях ЛПК»

Объем дисциплины – 6 з.е.

Форма контроля – зачет, зачет

1. Цель дисциплины.

Формирование умений и навыков по управлению и планированию маркетинговой деятельностью на предприятиях ЛПК, овладение принципами и методами маркетингового планирования.

2. Задачи дисциплины:

- изучение современной управленческой концепции маркетинга, основных теоретических и методологических положений планирования маркетинговой деятельностью предприятия;
- формирование умений использования современных технологий, методических приемов и процедур планирования маркетинговой деятельности для принятия маркетинговых решений на всех уровнях деятельности предприятия;
- изучение методов анализа конкурентных преимуществ на предприятиях ЛПК;
- приобретение практических умений и навыков эффективной интеграции маркетингового планирования в деятельность предприятий ЛПК.

3. Содержание

Тема 1. Миссия и цели организации. Введение в маркетинговое планирование

Тема 2. Оценка конкурентных преимуществ

Тема 3. Рынки и потребители продукции предприятий ЛПК

Тема 4. Сегментация и позиционирование предприятий ЛПК

Тема 5. Оценка внутреннего потенциала предприятия ЛПК: ключевые аспекты анализа

Тема 6. Определение краткосрочных целей и стратегического направления развития предприятий ЛПК

Тема 7. Разработка маркетинговых стратегий и маркетингового плана предприятий ЛПК.

Тема 8. Формирование бюджета продаж, составление прогноза сбыта и отслеживание хода выполнения поставленных задач

Тема 9. Контроль за реализацией плана маркетинга

4. Требования к предварительной подготовке студентов.

При изучении дисциплины «Планирование маркетинговой деятельности» используются знания и навыки, полученные студентами при освоении дисциплин образовательных программ бакалавриата по направлению «Менеджмент».

5. Требования к результатам освоения.

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответ-	ПК -6.2 Проводит анализ полученной информации	Знать: - методику проведения анализа маркетинговых исследований деятельности предприятия.

<p>ствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований</p>	<p>ПК-6.3 Обобщает результаты и составляет отчет о результатах исследований</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы количественной оценки и прогнозирования результатов эффективной работы предприятий - планировать издержки и результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами обобщения, систематизации и составления отчетности по результатам маркетингового анализа.
<p>ПК-7 Способен выполнить поиск и анализ необходимой информации, подготовить информационный обзор и отчет о результатах проведенных исследований</p>	<p>ПК-7.1 Выполняет поиск, систематизирует и обрабатывает необходимую информацию</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику проведения анализа маркетинговых исследований деятельности предприятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в практической деятельности предприятий информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа.
	<p>ПК-7.2 Применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методики проведения анализа маркетинговой деятельности предприятия для принятия управленческих решений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами и методами проведения анализа организации сбыта и продаж, разработки стратегии планирования и прогнозирования продаж при принятии управленческих решений.
	<p>ПК-7.3 Способен анализировать поведение потребителей экономических благ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проведения анализа потребительских предпочтений; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать предложения по совершенствованию состояния сбыта и продаж на основании анализа потребительских предпочтений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами контроля состояния рынка и осуществлять маркетинговые мероприятия по стимулированию спроса.

« Планирование сбытовой политики и логистики»

Объем дисциплины – 6 з.е.

Форма контроля – зачет, зачет

1. Цель изучения дисциплины

формирование комплексных знаний об основных положениях, категориях и закономерностях сбытовой политики и логистики. Изучение содержания и особенностей применения инструментов управления цепями поставок в функциональных областях логистики.

2. Задачи изучения дисциплины

- рассмотрение сущности важнейших понятий, составляющих основу всех разделов сбытовой политики и логистики, раскрыть их значение в современной экономике в условиях цифровой трансформации;
- определение логической связи ключевых понятий, образующих ядро современной логистики;
- формирование навыков поиска и анализа информации для принятия управленческих решений в сфере сбытовой политики и логистики;
- изучение инструментов управления и контроля цепями поставок;
- исследование процессов, происходящих в сфере сбытовой деятельности с целью их организованного использования в будущем;
- изучение теоретических основ и практических навыков использования принципов и методов сбытовой логистики.

3. Содержание

Программа курса включает темы, в которых рассмотрены все основные вопросы, связанные с планированием сбыта и логистики, с которыми можно столкнуться в современных условиях хозяйствования на предприятии:

Тема 1. Теоретические основы сбытовой деятельности предприятия

Тема 2. Планирование сбытовой политики предприятия

Тема 3. Управление цепями поставок

Тема 4. Формирование бизнес-процессов в цепях поставок

Тема 5. Стратегическое планирование и проектирование цепей поставок

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: тайм менеджмент, методы исследования в менеджменте, управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессии	Индикаторы достижения	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
------------------------------	-----------------------	--

сиональной компетенции	профессиональной компетенции	
<p>ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и критически оценивать результаты, полученных исследований</p>	<p>ПК-6.2 Проводит анализ полученной информации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа логистической информации, необходимой для решения поставленной задачи. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать логистическую информацию, необходимую для решения поставленной задачи. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа логистической информации, необходимой для решения поставленной задачи.
	<p>ПК-6.3 Обобщает результаты и составляет отчет о результатах исследований</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы и методики, используемые для обобщения результатов исследования; - основные методы и методики, используемые для составления отчетов по результатам исследований. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять отчет о результатах исследования. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления общих отчетов по результатам исследований.
<p>ПК-7 Способен выполнить поиск и анализ необходимой информации, подготовить информационный обзор и отчет о результатах проведенных исследований</p>	<p>ПК-7.1 Выполняет поиск, систематизирует и обрабатывает необходимую информацию</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - источники логистической информации; - особенности информационных систем логистики. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить логистическую информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - систематизировать результаты информационного поиска; - учитывать особенности информационных систем логистики при решении поставленных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска логистической информации с применением современных технологий; - навыками сбора, описания, систематизации информации, необходимой для решения профессиональных задач в сфере логистики.
	<p>ПК-7.2 Применяет количественные и качественные методы анализа при</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений. <p>Уметь:</p>

	принятии управленческих решений	- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере сбытовой политики и логистики.
	ПК-7.3 Способен анализировать поведение потребителей экономических благ	Знать: - методы анализа информации о поведении потребителей экономических благ. Уметь: - анализировать поведение потребителей экономических благ.

«Цифровая трансформация производства»

Объем дисциплины - 2 з.е.

Форма контроля - зачет

1. Цель изучения дисциплины

формирование компетенций в области использования технологии цифрового реинжиниринга бизнес-процессов в реорганизации деятельности предприятий и управления исполнением бизнес-процессов на основе современных цифровых технологий.

2. Задачи изучения дисциплины

- изучение технологий цифрового реинжиниринга бизнес-процессов в реорганизации деятельности предприятий;

- изучение теоретических основ моделирования и управления бизнес-процессами и организационно- методических вопросов проведения работ по цифровому реинжинирингу и последующему управлению бизнес-процессами.

- использование нормативно-правовых документов, международных и отечественных стандартов в области цифровой трансформации;

- научиться решать стандартные задачи с применением цифровых технологий

3. Содержание

Тема 1. Современное состояние и перспективы развития цифровой трансформации промышленных предприятий

Проблемы формирования устойчивого развития промышленных отраслей в условиях цифровой экономики. Факторы и тенденции устойчивого развития промышленных предприятий.

Тема 2. Использование цифровых технологий при формирование кооперационных связей промышленных предприятий.

Тема 3. Управление рисками цифровой трансформации промышленного предприятия

Тема 4. Факторы роста и эффективности деятельности Российских предприятий в условиях развития цифровых систем.

Тема 5. Проблемы и перспективы применения современных цифровых технологий на промышленных предприятиях

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения дисциплин «Методы исследования в менеджменте», «Тайм менеджмент», «Управление производственными процессами на предприятиях лесного сектора».

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами	ПК-1.3 Собирает и анализирует необходимую информацию для принятий управленческих решений	знать: --виды информационных сервисов; -направления и перспективы цифровой трансформации ЛПК; -системы поддержки принятия решений (СППР) для решения профессиональных задач уметь: -анализировать показатели экономической, социальной и функциональной эффективности внедрения цифровых технологий в ЛПК
	ПК-1.4 Предвидит результаты (последствия) принимаемых решений	знать: - способы и методы создания информационной модели предметной области, учитывающей последовательность обработки данных и структуру взаимосвязи между ними; уметь: -оценивать последствия внедрения цифровых технологий в ЛПК;
ПК-3 Способен разрабатывать стратегии поведения предприятия как экономического хозяйствующего субъекта на различных рынках в глобальной	ПК-3.1 Способен применять на практике теорию и техники цифрового дизайна при построении бренда	знать: - условия и правила продвижения товаров, услуг, бренда с помощью цифровых технологий в условиях трансформации предприятия; - специфику продвижения товаров, услуг и брендов в интернете в условиях цифровой трансформации производств; - основные сервисы веб-аналитики, правила построения карты путей клиента, основы UX-исследования и презентации их результатов за-

среде		<p>казчику при цифровой трансформации производств;</p> <p>- основы использования SEO-продвижения, контекстной рекламы, Email-маркетинга, SMM, технологий работы с брендом, аналитику и стратегию.</p> <p>- принципы Digital-маркетолога для привлечение аудитории из цифрового пространства.</p>
-------	--	--

«Комплексная безопасность бизнеса»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачёт

1. Цель изучения дисциплины

Обеспечить формирование у студентов профессиональных компетенций, позволяющих достичь определенного уровня их компетентности в области обеспечения комплексной безопасности на уровне предприятия и бизнеса в целом, формирования практических навыков нейтрализации и предотвращения возникающих угроз комплексной безопасности организации.

2. Задачи изучения дисциплины

1. Способствовать формированию у студентов глубоких знаний теории экономической, в том числе промышленной, безопасности, проблем, связанных с исследованием природы угроз в экономике, места и роли государства и других институтов общества в системе противодействия возникающим экономическим угрозам.

2. Привить умение работать с нормативно-правовыми документами в области комплексной безопасности бизнеса.

3. Содействовать формированию навыков выявления вредных и опасных факторов производственной среды предприятия и разрабатывать мероприятия по их устранению или нейтрализации.

4. Выработать и закрепить практические навыки оценки состояния экономической безопасности бизнеса при принятии профессиональных управленческих решений.

5. Сформировать умение разрабатывать практические рекомендации по совершенствованию деятельности подразделений предприятия, направленные на укрепление комплексной безопасности компании

3. Содержание

Тема 1. Национальная безопасность государства Национальное богатство как основной индикатор экономического потенциала страны.

Тема 2. Экономическая безопасность в системе национальной безопасности России Понятие и содержание экономической безопасности.

Тема 3. Законодательно-правовое обеспечение экономической безопасности Закон о безопасности.

Тема 4. Основные положения концепции экономической безопасности бизнеса

Тема 5. Основные типы рисков и угроз экономической безопасности бизнеса

Тема 6. Методы анализа и оценки уровня экономической безопасности бизнеса

Тема 7. Финансовая безопасность бизнеса Понятие финансовая безопасность бизнеса.

Тема 8. Информационная безопасность бизнеса

Тема 9. Система обеспечения экономической безопасности бизнеса

Тема 10. Правовое и организационное регулирование в области комплексной безопасности

Тема 11. Федеральный государственный надзор и лицензирование деятельности в области комплексной безопасности

Тема 12. Эксплуатация опасных производственных объектов

Тема 13. Охрана труда персонала и ответственность владельца опасного производственного объекта

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: современные проблемы управленческой деятельности.

5. Требования к результатам освоения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами	ПК-1.3 Собирает и анализирует необходимую информацию для принятия управленческих решений	Знать: - основные закономерности развития экономических процессов и явлений на уровне взаимодействия хозяйствующих субъектов; Уметь использовать: - использовать при решении практических задач, связанных с созданием, функционированием и развитием предприятия: закономерности социально-экономических процессов; Владеть навыками: -решения задач с учетом закономерностей развития экономических процессов;
	ПК-1.4	Знать:

	<p>Предвидит результаты (последствия) принимаемых решений</p>	<ul style="list-style-type: none"> - особенности поведения в коллективе, способы предотвращения и разрешения конфликтных ситуаций; - систему права, иерархию нормативно-правовых актов, действующих на всей территории России; - методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - способы и методики самоорганизации и самообразования; <p>Уметь использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы коммуникативного взаимодействия в коллективе и разрешения конфликтов; - нормативно-правовые акты федерального, регионального и местного значения; - принципы, методы и механизмы самоорганизации и самообразования; - методы и способы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - методы сбора и обработки данных, показатели и критерии оценки аналитического материала; <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самоконтроля (адаптивности, инициативности, оптимизма), управления отношениями (урегулирование конфликтов, командная работа и сотрудничество); - применения нормативно-правовых актов для обоснования принятых решений; - самоорганизации и самообразования; - выявления вредных и опасных факторов производственной среды предприятия и разрабатывать мероприятия по их устранению или нейтрализации; - использования методов, показателей, критериев, позволяющих осуществлять сбор, обработку и оценку экономической информации;
<p>ПК-6 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с поставленными задачами, а также обобщать и крити-</p>	<p>ПК-6.3 Обобщает результаты и составляет отчет о результатах исследований</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментальные средства (методы, способы, приемы, показатели, критерии) для сбора, обработки и анализа экономических данных; - современные технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач. <p>Уметь использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе показателей, а также

чески оценивать результаты, полученных исследований		презентации полученных результатов и выводов. Владеть навыками: -применения современных технических средств и информационных технологии при решения экономических задач
---	--	--

«Основы ораторского искусства и риторики»

Объем дисциплины – 2 з.е.

Форма контроля – зачет

1. Цель изучения дисциплины

Совершенствование языковой личности, обладающей этической ответственностью и высокой лингвориторической компетенцией для академического и профессионального взаимодействия.

2. Задачи изучения дисциплины

- повышение культуры и эффективности речемыслительной деятельности обучающегося на следующих уровнях:

- языковые операции и текстовые действия (умение формулировать мысль, обеспечивать ее развитие на основе соблюдения норм литературного языка, выбора языковых средств с учетом целей, задач, адресата, условий общения и т.п.; умение осознавать тему, микротемы (их смысловую иерархию), разграничивать новую, основную и вспомогательную информацию; планировать и анализировать композиционно-коммуникативную стратегию высказывания);

- коммуникативная деятельность (адекватно речевой ситуации выбирать стиль, тип, жанр и этикетные формулы речи; в соответствии с конкретной ситуацией общения уметь говорить публично (устная форма речи) и/или выражать эффективно свои мысли в дистантной коммуникации (письменная форма речи), используя современные коммуникативные технологии; фиксировать и учитывать реакцию адресата в процессе коммуникации, корректировать (в случае необходимости) вербальное и невербальное поведение.

3. Содержание

Модуль 1. История риторических идей и ораторского искусства.

Тема 1. «Заговори, чтоб я тебя увидел». Введение в дисциплину. Историческое и современное толкование терминов «риторика», «ораторское искусство» и «красноречие». Анализ и комментарий понятий в контексте прецедентных высказываний и ситуаций. Интроспекция речемыслительной деятельности обучающегося.

Тема 2 Античная риторика и ораторское искусство Информационное сообщение по историческому периоду. Востребованность открытий античной риторики современной коммуникацией (классический риторический канон, софизмы, техника речи и т.п.).

Тема 3. Развитие русского красноречия XVIII в. Информационное сообщение по историческому периоду. Роль Ломоносова в истории российского красноречия. Жанр «Похвального слова» и его риторическая организация. Похвальная речь в системе протоколно-этикетных выступлений XXI века.

Тема 4. Российское красноречие XIX века Информационное сообщение по историческому периоду. Кризис риторики и блестящие достижения в судебном и академическом красноречии. Ораторская манера выдающихся русских ученых: интерпретация и оценки современников, анализ фрагментов опубликованных речей (Менделеев, Ключевский, Тимирязев и др.).

Модуль 2. Современное коммуникативное пространство и коммуникация.

Тема 5. Общая характеристика и особенности современного общения. Анализ проблемной ситуации («мозговой штурм»). Принципы риторики в действии. Коррекция коммуникативного поведения.

Тема 6. Виды публичных выступлений: от цели к ключевой идее. Классификации публичных выступлений. Родо-видовой и жанровой анализ текстов выступлений, выявление интенций оратора, главной темы и микротем речи.

Тема 7. Композиция публичной речи. Универсальная композиционная схема. Модели и штампы. Структура эффективного выступления в традиции и в современности. Анализ композиционной структуры эпидейктических речей.

Тема 8. Язык и стиль общения. Коммуникативные барьеры. Коммуникативные качества речи. Речевые фигуры и тропы в акте коммуникации. Работа над речевой формой текста.

Тема 9. Вербальное и невербальное общение. Соотношение вербального и невербального воздействия. Виды невербальных сигналов. Мифы и реальность

Тема 10. Оратор и аудитория. Типы ораторов. Поведение оратора в аудитории. Традиционные и нетрадиционные классификации слушателей / аудитории. Повышение эффективности публичной речи в аудитории разных типов. Сторителлинг.

Тема 11. Деловая коммуникация: академическое и профессиональное взаимодействие. Устная и письменная научная и профессиональная коммуникация. Презентация (слайд-шоу).

Тема 12. Логичность и аргументация речи. Логические законы и логические ошибки. Правила и способы аргументации. Информационно-убеждающая (рекламная) речь о вузе, направлении/профиле профессиональной подготовки.

Тема 13. Технология беседы и дискуссии. Структура, методы и техники. Классификация вопросов по форме, составу, функции, воздействию на собеседника. Позитивная и негативная целевая установка вопросов. Правила ответов.

Тема 14. Лингвориторический анализ образцовых (выдающихся) речей по аудио- и видеоматериалам. Подражание образцам и индивидуальная ораторская манера.

Тема 15. Ораторский практикум: Выступление-презентация по теме, актуальной для академического и профессионального дискурса (выбор оратора). Оценка эффективности выступления. Самооценка оратора и экспертная оценка слушателей. Рекомендации по совершенствованию культуры коммуникации.

4. Требования к предварительной подготовке студентов

Дисциплина основывается на результатах освоения следующих дисциплин: «Лидерство и управление командой», «Методы исследования в менеджменте».

5. Требования к результатам освоения

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Индикаторы достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Разработка и реализация проекта	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.5 Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -этапы и сущность классического и неоклассического риторического канона; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дифференцировать сообщение по форме, стилю и жанру; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -эффективными приемами презентации научно-практических результатов

Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные современные операции и процедуры, обеспечивающие достижение коммуникативной цели; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -эффективно применять необходимые для академического и профессионального взаимодействия коммуника-
		УК-4.3 Использует методы и навыки при академическом и профессиональном взаимодействии в устной и письменной форме	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы анализа и самоанализа коммуникативной деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять лингвисторический анализ устной и письменной речи; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками информационно-убеждающего сообщения/письма для академического и профессионального взаимодействия.