

Аннотации дисциплин и практик
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность (профиль) «Менеджмент в креативных
индустриях»
(совместно с АНО ВО "Универсальный университет")

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины:

Приобретение обучающимися знаний по идентификации опасностей в различных условиях жизни и деятельности человека и выработка практических навыков в принятии решений по защите человека и материальных ценностей от воздействия негативных факторов среды обитания и ликвидация их последствий.

Задачи дисциплины:

Научить обучающегося:

определять вид и источник опасности, для принятия комплекса эффективных мер по защите себя и населения от их неблагоприятного воздействия;

создавать комфортные условия трудовой деятельности и отдыха человека;

разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;

планировать мероприятия по защите персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведение аварийно-спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;

самостоятельно работать над усвоением содержания дисциплины и формированием необходимых компетенций.

Краткое содержание дисциплины:

Современная структура Вселенной. Эволюция человечества и среды его обитания. Эволюция мира опасностей. Области распространения и масштабы негативного влияния техносферы. Становление и развитие учения о человеко- и природозащитной деятельности. Опасности и их показатели. Возникновение и основы реализации опасностей. Закон толерантности, опасные и чрезвычайно опасные воздействия. Классификация (таксономия) опасностей. Опасности и их показатели. Количественная оценка опасностей. Показатели негативного влияния реализованных опасностей. Антропогенные и антропогенно-техногенные опасности. Виды взаимосвязей человека-оператора с технической системой. Восприятие внешних воздействий и ошибочные реакции человека. Техногенные опасности. Опасности и человек. Региональные и глобальные воздействия. Чрезвычайные опасности. Совершенствование источников техногенных опасностей наилучшие из доступных современных технологий. Комплексная оценка безопасности

техногенного объекта и жизненного пространства. Стратегия глобальной безопасности. Устойчивое развитие.

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Цель дисциплины:

изучение студентами основных проблем истории экономики России, формирование у них компетенций, определённых профилем бакалаврской подготовки, развитие у студентов знаний, умений и навыков, необходимых при осуществлении научно-исследовательской и экспертной работы, умение анализировать потенциальные или актуальные проблемы экономики России и предлагать варианты их решения.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий и категорий истории экономики;
- изучение основных этапов развития экономики России;
- формирование у студентов понимания логики экономических процессов в единстве и историческим процессом;
- обучение студентов анализу историко-экономических аспектов развития рыночной экономики в России
- изучение положительных и отрицательных последствий экономических, денежных, налоговых, финансовых и других реформ, проходивших в экономике России;
- формирование гражданской и патриотической позиции студентов, составляющей основу национального сознания.

Краткое содержание дисциплины:

Периодизация истории экономики России. Хозяйство восточных славян. Сельская община. Ресурсный базис Древнерусского государства. Экономические и политические условия создания Древнерусского государства. Становление государственности Киевской Руси. Первые киевские князья и их хозяйственная деятельность. Классификация сельских общинников. «Русская правда». Рост городов, развитие ремесла, зарождение денежного обращения. «Устав о резах». Внутренняя и внешняя торговля.

Феодальная раздробленность Руси (конец XII - первая половина XV вв.). Причины феодальной раздробленности. Экономическая и политическая зависимость русских княжеств от Золотой Орды. Ордынское воздействие на хозяйственную организацию (налогообложение, торговля, денежное обращение) Формирование и хозяйственное развитие Владимиро-Суздальского княжества. Возвышение Новгорода Великого. Основные условия и этапы объединения русских земель в централизованное государство. Роль Москвы в объединении России. Особенности формирования поместной системы землевладения и сословия дворян. Процесс закрепощения крестьян. Судебник Ивана III. Социально-экономическая политика Ивана IV. Местничество. Опричнина. Борис Годунов.

Экономическое развитие Российского государства в XVII вв.

Основные предпосылки петровских преобразований. Сущность реформ Петра I. Внешняя торговля и усиление протекционизма. Изменения в финансовой системе. Ревизии. Государственный бюджет. Итоги реформ Петра I.

Экономика России во второй половине XVIII века. Развитие сельского хозяйства. Усиление личной зависимости крестьян. Основные категории крестьянского сословия. Развитие промышленности. Мануфактуры. Купеческие гильдии. Торгующие крестьяне. Ярмарки. Внешняя торговля. Выпуск бумажных денег. Секуляризация церковных земель. Укрепление прав и привилегий дворянства. Манифест о даровании вольности и свободы российскому дворянству. Социально-экономическая политика Екатерины II и Павла I. Состояние сельского хозяйства, промышленности, транспорта в первой половине XIX века. Начало промышленного переворота. Первые железные дороги. Денежное обращение и государственные финансы в первой половине XIX века. Крымская война. Торговля, денежное обращение и финансы. Денежная реформа Е.Ф.Канкрин. Социально-экономическая политика Александра I и Николая I. Предпосылки реформ Александра II. Манифест об освобождении крестьян. Крестьянское самоуправление. Условия отмены крепостного права. Промышленный подъем 1880-1890-х гг. и становление новых отраслей. Железнодорожное строительство. Внутренняя и внешняя торговля. Развитие банковской сферы.

Причины и противоречия экономического роста России в начале XX века. Первые русские монополистические объединения. Основные направления деятельности С.Ю. Витте. Денежная реформа. Война с Японией. Иностраный капитал в экономике России. Усиление монополизации в промышленности и в банковском деле в начале XX века.

Столыпинская аграрная реформа и её последствия. Положение о землеустройстве. Крестьянский поземельный банк. Переселенческая политика. Кооперативное движение. Экономика России накануне и в годы Первой мировой войны.

Октябрьский переворот и установление Советской власти. Первые Декреты Советской власти. Брестский мир. Первые экономические мероприятия Советской власти. Национализация промышленности, банков и внешней торговли. ВСНХ. Закон о социализации земли. Продовольственная диктатура. Продотряды. Гражданская война и интервенция. «Главкизм».

План ГОЭЛРО. Продразверстка. Гиперинфляция. Трудовая повинность. Трудовые армии. Кризис политики «военного коммунизма»

Кризис 1921 г. Массовая эмиграция. Голод 1921-1922 гг. Переход к новой экономической политике в промышленности, сельском хозяйстве, банковском деле. Продналог. Формы государственного капитализма. Хозяйственный расчёт. Денежная реформа 1922-1924 гг. Фондовые биржи. Налоговая реформа. Возрождение кредитной системы. Акционерные банки. Основные причины и условия свертывания НЭП в СССР.

Задачи первых пятилетних планов, ход их выполнения. Политика «Большого скачка» в промышленности. Источники и методы

индустриализации. Строительство новых городов и промышленных предприятий. Итоги первых пятилеток.

Состояние советской экономики накануне войны. Военная экономика в 1941-1945 гг. Перевод экономики на военные рельсы. Эвакуация промышленных предприятий. Социально-экономические источники победы. Ленд-лиз. Антигитлеровская коалиция. Итоги Второй мировой войны для СССР. Экономические последствия войны для СССР. Восстановление народного хозяйства. Источники послевоенного экономического роста. Послевоенный государственный займ на восстановление народного хозяйства. Денежная реформа 1947 г. Освоение целинных и залежных земель. Децентрализация управления. Совнархозы. Денежная реформа 1961 г. Реформа 1965 года, её сущность и последствия. Внедрение принципов хозяйственного расчёта.

Наращение кризисных явлений в экономике. Освоение нефтяных и газовых месторождений в Западной Сибири. Продовольственная программа 1982 г. Курс на ускорение социально-экономического развития страны. Закон о государственном предприятии. Закон об аренде. Программа «500 дней».. Попытки избежать кризиса в начале 1991 г. Фактический распад СССР.

Состояние экономики в конце 1991 г. Правительство Б.И. Ельцина и Е.Т. Гайдара. Начало экономических реформ. Либерализация цен. Политика «мягкого инфляционизма». Развитие реформ в 1993-1994 гг. Распад рублёвой зоны. Проведение массовой приватизации. Трудности земельной реформы. Фондовые и товарные биржи. Выпуск ГКО. Причины дефолта 1998 г. и его последствия.

Условия развития экономики России в начале XXI века. Начало экономического роста в России. Попытка модернизации экономики. Иностранские инвестиции в экономику России 2000-2008 гг. Кризис 2008-2009 гг. Влияние глобализации на экономику России. Влияние пандемии на экономику России. Влияние санкций и контрсанкций на экономику России.

ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Цель дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы российской государственности» является формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознанием особенностей исторического пути российского государства, самобытности его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи дисциплины:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации,

представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;

- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины,

сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;

- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие

перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;

- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Краткое содержание дисциплины

Российская Федерация в пространственном, человеческом, ресурсном, идейно-символическом и нормативно-политическом измерении. Концептуализация понятия «цивилизация». Исторические, географические, институциональные основания формирования российской цивилизации. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации. Политическое устройство России. Государственные и общественные институты. Вызовы будущего и развитие страны. Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях.

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины:

курс «Цифровая культура» предназначен для формирования у студентов практических навыков работы с современными компьютерами, цифровыми и информационными технологиями, освоения умений создания базовых визуальных и технологических решений для презентационных и аналитических материалов, являющихся частью профессиональных компетенций в сфере менеджмента и маркетинга.

Задачи:

- ознакомить с кругом концепций цифровой и информационной грамотности;
- развить понимание роли навыков использования информационных технологий в образовательном процессе и дальнейшей профессиональной деятельности;
- сформировать способность грамотно пользоваться терминологией области информатики и цифровых технологий,
- сформировать знание и понимание основ построения персональных компьютеров, современного состояния и направлений развития вычислительной техники и программных средств;
- изучить возможности и технологические ограничения в использовании офисных технологий, программного обеспечения Microsoft Excel, Word, PowerPoint, а также аналогичных им онлайн продуктов Google;
- обучить базовым приемам первичной обработки и визуализации данных, методам и способам разработки текстовых, расчетных и мультимедийных документов;
- сформировать навыки применения ряда типичных прикладных программных средств и информационных технологий при решении академических и профессиональных задач;
- освоить методы самостоятельного изучения прикладных программ или их новых версий;
- овладеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие цифровой грамотности как части профессиональных навыков маркетолога и управленца, повышения возможности трудоустройства и успеха в предпринимательстве.

Основы этики, правила поведения в цифровых коммуникациях.

Обзор прикладных пакетов программ и их назначения. Программное и аппаратное обеспечение современного персонального компьютера. Windows операционная система: назначение и функции. Основы защиты конфиденциальности информации.

Работа с электронными таблицами Microsoft Excel. Гугль-таблицы. Работа с текстовым редактором Microsoft Word. Основы визуальной культуры композиции текста. Создание презентаций средствами Microsoft PowerPoint \ Google slides. Основы визуальной культуры композиции слайда.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА, МАРКЕТИНГА И ЭТИКИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

курс «Основы бизнеса, маркетинга и этики современных креативных индустрий» предназначен для ознакомления со сферой креативных индустрий, ее проблематикой и перспективами развития, и для начала формирования у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области маркетинга и управления организацией.

Задачи:

- ознакомить с определением сферы креативной экономики (креативных индустрий), основными понятиями и принципами бизнеса, предпринимательства, маркетинга;
- научить студента ориентироваться в спектре профессий и специализаций для бакалавра Менеджмент, в рынке труда и основных типах работодателей в области креативных индустрий;
- ознакомить с основными текущими проблемами, этическими противоречиями, подходами к созданию устойчивого бизнеса, перспективами дальнейшего развития в области креативных индустрий.
- сформировать представление о специфике бизнеса и маркетинге в сфере креативных индустрий,
- сформировать базовые навыки разработки решения бизнес и маркетинговых задач на предприятиях (в организациях и на проектных формах бизнеса).

Краткое содержание дисциплины:

Креативные индустрии как особый сектор экономики. Список креативных индустрий Джона Хоукинса (John Howkins, 2001). 7 характеристик креативных индустрий Ричарда Кейвса (Richard E. Caves, 2000). Доля креативных индустрий в различных экономиках мира.

Основные понятия и определения бизнеса, предпринимательства, маркетинга, менеджмента. Виды и типы бизнеса. Маркетинг как часть управления предприятием. Основные принципы маркетинга: 4P. Основные виды и формы маркетинговых исследований. Маркетинговый план. План коммуникационной кампании.

Основы ситуационного анализа. SWOT. Обзор основных бизнес-моделей. Александр Остервальдер и Ив Пинье. Циркулярные бизнес-модели. Основные формы организации бизнеса в РФ. Стартапы. Источники финансирования. Бизнес-план. Рентабельность бизнеса. Точка безубыточности в сравнении с точкой окупаемости.

Маркетинг как часть креативных индустрий. Особенности разработки нового продукта в креативных индустриях. Особенности продвижения продукта креативных индустрий.

Понятие этики и деловой этики. Спектр этических проблем бизнеса. Этические принципы бизнеса. Типичные этические проблемы продвижения. Типичные этические проблемы проведения маркетинговых исследований. Особенности бизнес-этики в создании творческого продукта. Основы этика

взаимоотношений в организации. Типичные особенности для креативных индустрий. Социальная ответственность бизнеса в сфере креативных индустрий.

Обзор и анализ основных индустрий креативной экономики в РФ. Подходы к оценке перспектив развития креативных индустрий в РФ. Рынок труда в креативных индустриях для выпускников бакалавриата Менеджмент. Индивидуальный план профессионального развития.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины:

Основная цель курса – сформировать у студентов целостное представление о мировом хозяйстве, его потенциале, механизме, основных тенденциях и проблемах, а также об экономике его ведущих стран. Познакомить студентов с актуальными проблемами глобальной экономики и экономикой зарубежных стран. В ходе изучения дисциплины студенты знакомятся с этапами формирования мирового хозяйства, анализируют влияние мировой экономики на развитие стран и регионов мира.

Задачи:

Научить студента:

1. использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
2. ориентироваться в основных тенденциях развития мировой экономики, глобальных экономических процессов, понимать их перспективы и возможные последствия для России;
3. работать с источниками международной статистической информации, анализировать динамику основных характеристик международных экономических отношений.

Краткое содержание включает основные направления курса:

Основы мировой экономики:

- Сущность, этапы становления, концепции, механизм мирового хозяйства Основные показатели участия страны в мировом хозяйстве.
- Типология стран мира.
- Природно-ресурсный потенциал мирового хозяйства.
- Глобальные проблемы человечества.
- Трудовые ресурсы мирового хозяйства.

Экономика зарубежных стран:

- Развитые страны в мировой экономике. Сдвиги в экономике развитых стран.
- США в мировой экономике. Американская социально-экономическая модель.
- Развивающиеся страны в мировой экономике.
- Россия в мировой экономике.

ИСТОРИЯ РОССИИ

Цель дисциплины

– сформировать у студентов комплексное представление об истории России и ее месте в мировой истории, гражданское самосознание, патриотизм, чувства гордости за историю России, систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях российского и всемирно-исторического процессов

Задачи дисциплины:

- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса;
- знание основных этапов исторического развития Российского государства и общества;
- изучение культуры многонационального российского общества;
- изучение основных исторических событий, жизни и деятельности выдающихся исторических лиц;
- воспитание нравственности, морали, толерантности;
- понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии;
- поиск информации и анализ исторических источников;
- умение проводить сравнительно-исторический анализ;
- умение логически мыслить, вести научные дискуссии, подкрепляя свои суждения историческими фактами;
- творческое мышление, самостоятельность суждений, интерес к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и приумножению.

Кратное содержание дисциплины:

Народы и государства на территории России в древности. Восточные славяне в VI-VIII вв. Формирование Древнерусского государства в IX-X вв. Русь в конце X - первой половине XII в. Культура и быт Древней Руси. Русь в XII - первой половине XV вв. Борьба Руси против агрессоров в XIII в. Русь в середине XIII-XIV вв. Московское государство в XV в. Культура и быт Московского государства в XV в. Московское государство в XVI в. Внешняя политика Ивана IV. Церковь и государство в XV-XVI вв. Россия на рубеже XVI-XVII вв. Россия в XVII в. Народы России в XVII в. Культура и быт в XVII в. Россия в первой половине XVIII в. Внешняя политика Петра I. Дворцовые перевороты. Россия во второй половине XVIII в. Народы Российской империи в XVIII в. Восстание под предводительством Емельяна Пугачева. Внутренняя политика Павла I. Россия в XIX в. Внутренняя политика Александра I. Отечественная война 1812 г. Движение декабристов. Кавказская война. Культура и быт в XIX в. Социально-экономическое развитие России в 60-90-е годы XIX в. Внутренняя политика Александра III. Россия в начале XX века. Внутренняя политика Николая II на рубеже веков. Внешняя политика России в конце XIX - начале XX вв. Русско-японская война. Революция 1905-1907 гг.

Реформы П.А. Столыпина. Революции 1917 г. Конец двоевластия. Установление советской власти. Гражданская война. Советская Россия в 1920-е гг. Образование СССР. Национальная политика в 20-30-е гг. Внешняя политика советского государства. Великая Отечественная война 1941-1945 гг. СССР с середины 1940-х до середины 1980-х гг. СССР в середине 1980-х начале 1990-х гг. Россия в 1990-е гг. Россия в начале третьего тысячелетия.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Цель дисциплины:

формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

Обладание способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание:

Социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания. Организм человека и его функциональные системы, саморегуляция и совершенствование организма, адаптация, социально-экологические факторы, показатели состояния основных функциональных систем. Здоровье, здоровый образ и стиль жизни, основы жизнедеятельности, двигательная активность.

Общая и специальная физическая подготовка, методические принципы и методы физического воспитания, физические качества, двигательные умения и навыки, спортивная тренировка, разделы спортивной подготовки, структура учебно-тренировочного занятия, интенсивность физической нагрузки, зоны интенсивности нагрузки.

Физическая культура и спорт, физическое воспитание, самовоспитание и самообразование, физическая и функциональная подготовленность, психофизическая подготовка, профессиональная направленность физического воспитания.

МАТЕМАТИКА

Цель дисциплины:

освоение студентами основных приемов и методов формализации, анализа и исследования прикладных задач средствами линейной алгебры, дифференциального исчисления функций одной переменной; формирование базовых понятий статистического метода исследования случайных явлений, статистического анализа выборочных данных и прогнозирования.

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о месте математики среди других наук, о ее связях с другими методами исследований, о соотношении категорий

непрерывного и дискретного, о вкладе математического анализа в изучении гносеологических и прикладных проблем естествознания. Ознакомление с историей возникновения и становления линейной алгебры, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики.

- Ознакомление с основными разделами дисциплины (линейные алгебраические уравнения и методы их решения, матричная алгебра, теория пределов числовых последовательностей и функций, понятие непрерывности, различные виды скоростей изменения функции на промежутке и в точке, экстремумы функций и методы их исследования, теория интегрирования и её приложения, свойства функций, заданных конечными соотношениями, которые связывают аргумент, функцию и ее производные, генеральная совокупность и выборка, непрерывное и дискретное распределения признака генеральной совокупности, первичная статистическая обработка выборочных данных, статистические таблицы, проверка статистических гипотез, корреляция и регрессия).

- Формирование базовых представлений о теоретических и практических задачах, решаемых строгими и приближенными математическими методами.

- Ознакомление с основными инструментами математики: аналитические, численные и численно-аналитические методы исследования как на бумаге, так и с помощью компьютеров, опираясь на прикладные программы и пакеты компьютерной математики.

Краткое содержание дисциплины. Элементы аналитической геометрии. Прямые на плоскости и в пространстве. Двумерные плоскости. Линейная алгебра Системы линейных уравнений. Приведение систем линейных уравнений к ступенчатой форме. Решение систем линейных уравнений методом Гаусса. Замечание о методе Гаусса-Жордана. Векторы. Линейная зависимость (независимость) векторов. Свойства. Матрицы. Виды матриц. Алгебра матриц. Обратная матрица и ее свойства. Вычисление

обратной матрицы методом Гаусса. Ранг матрицы. Вычисление ранга матрицы методом Гаусса. Теорема Кронекера-Капелли. Дифференциальное исчисление. Понятие множества. Числовые промежутки. Понятие функции. Элементарные функции. Предел последовательности и его свойства. Предел функции. Два замечательных предела. Непрерывные функции, их свойства и применения. Дифференцирование функций. Правила дифференцирования. Таблица производных. Понятие производной. Дифференцирование функций. Производные высших порядков. Основные теоремы дифференциального исчисления. Приложение производной. Экстремум функции одной переменной. Необходимые и достаточные условия экстремума. Экстремумы функции от одной переменной. Исследование функций и построение графиков. Исследование функций с помощью графиков. Интегральное исчисление. Первообразная и неопределенный интеграл. Правила интегрирования. Таблица первообразных. Теория вероятностей и математическая статистика. Элементы теории корреляции.

ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель дисциплины

предполагает формирование у студентов управленческого мировоззрения и системы знаний основных положений теории менеджмента как науки, а также современных концепций построения и развития организаций, включая природу человеческих отношений в процессе их функционирования.

Достижение поставленной цели обеспечивается решением следующих **задач** дисциплины:

- теоретическое освоение студентами современных методов и моделей менеджмента, важнейших его понятий и принципов;
- изучение основных подходов к анализу и синтезу организаций;
- овладение методами принятия управленческих решений и построения систем управления;
- достижение понимания причин и выработка критериев оценки поведения людей в организации;
- приобретение способностей к анализу поведения человека в социальной группе, а также формирования атмосферы психологического комфорта для эффективной работы подразделений.

Краткое содержание:

Введение в науку о теории менеджмента

Методологические основы теории менеджмента

Социально-психологические основы менеджмента

Функциональные основы менеджмента

Процессный подход в менеджменте

Собственность и менеджмент

Экономические интересы в менеджменте

Менеджер и собственник в управлении

Основы корпоративного менеджмента

Особенности организации корпоративного менеджмента

Организационные основы менеджмента

Информационные основы менеджмента

Основы инновационного менеджмента

Оценка менеджмента

Модернизация и инновация менеджмента

Перспективы и направления развития менеджмента

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины:

курс «Современные программные средства в креативных индустриях» предназначен для формирования у студентов практических базовых навыков работы с современными прикладными программами, характерными для использования в сфере креативных индустрий, с целью формирования понимания спектра возможностей и технологических рамок графических

растровых и векторных редакторов, видеомонтажа и других прикладных программ, задействованных в производственном цикле создания творческих продуктов или подготовке профессиональных презентационных материалов.

Задачи:

- ознакомить с рядом цифровых профессиональных технологий, применяемых при создании творческого продукта;
- сформировать знание и понимание основ цифровых технологий, современного состояния и направлений развития программных средств для творческих индустрий;
- изучить возможности и технологические ограничения в использовании программного обеспечения Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premier Pro и подобных им программ для работы с графическими растровыми, векторными и видео документами;
- сформировать базовые навыки применения ряда типичных прикладных программных средств и информационных технологий при решении академических и профессиональных задач;
- освоить профессиональную техническую терминологию креативных индустрий;
- овладеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

Обзор профессиональных компьютерных прикладных программ, их назначения в создании креативных или презентационных продуктов, возможностей и ограничений. Сравнительные характеристики растровой и векторной графики. Применение цифровых программ в креативных индустриях: 2Д программы. 3Д программы (CAD-моделирование). 4Д программы (видео и анимация).

Состав пакета Adobe Creative Suite. Программные продукты Autodesk. Библиотеки изображений. Бесплатные прикладные программы (Figma, др), бесплатные версии лицензионных ПО для студентов.

Основы растровой графики и среды программы Adobe Photoshop. Основное назначение и применение, функциональные ограничения. Визуальная культура представления фотоиллюстраций в рекламных материалах и презентациях. Подбор визуального решения в соответствии с задачами презентации или исследования\ пожеланиями заказчика. Основные правовые аспекты использования фотоизображений.

Работа с графическим векторным редактором Adobe Illustrator. Обзор функциональных возможностей программы и типичных примеров ее применения. Знакомство с графическим планшетом и пером. Создание презентаций с использованием Фотошопа и Иллюстратора. Средства выразительности: композиция титульного слайда, шаблон- композиция для текстовых слайдов, типичные композиции для слайдов с иллюстрациями и инфографикой. Зависимость выбора стиля от характера задачи, бренда, типа продукции.

Основы редактирования видео. Adobe Premier Pro и аналоги. Обзор бизнес-задач, в которых используется применение видеоматериалов.

Практические аспекты прогнозирования развития цифровых средств для создания творческих продуктов.

ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Цель дисциплины: заключается в изучении и осмыслении исторических фактов и событий международных отношений и внешней политики. Обучающимся предстоит выяснить и осмыслить исторические факторы, влияющие на международное положение современной России, проследить взаимосвязь экономического, политического, духовного развития страны на ее роль и место на международной арене. Обращение к историческим событиям внешней политики России позволит представить процесс развития российского государства, проследить эволюцию геополитических устремлений России. Изучение курса дает возможность увидеть всю сложность и многообразие исторических и современных дипломатических взаимоотношений России с государствами Европы, Азии, Америки и Африки.

Задачи дисциплины:

- Изучить историю международных отношений и их нынешнее состояние;
- Проанализировать основные теоретические подходы к исследованию международных отношений;
- Определить историческое значение международного права как регулятора в системе международных отношений;
- Изучить историю появления и деятельность основных межправительственных и неправительственных организаций и их роль в международных отношениях;
- изучить исторические особенности концептуальных основ российской внешней политики;
- оценить историческую роль России в международных отношениях;
- проанализировать историю взаимоотношений России с ведущими державами прошлого и современности;
- показать эволюцию современной внешней политики России и ее влияние на развитие международных отношений;
- сформировать понимание особенностей развития современной региональной внешней политики России;
- сформировать понимание исторических особенностей развития современной российской внешней политики.

Краткое содержание дисциплины:

Системы международных отношений. Формирование государств-наций. Понятие суверенитет. Основные теории международных отношений.

Международные организации. Организация Объединённых Наций. История взаимодействия России с международными организациями. Международное право. Глобализация. Региональные интеграционные объединения. Европейский союз. ЕАЭС. Военно-политические блоки. Организация Североатлантического договора и Организация Договора о коллективной безопасности. История российско-американских отношений. Приоритеты внешней политики России в разные периоды истории. Конфликты в международных отношениях история их возникновения и проблемы урегулирования. Эволюция внешней политики России в постсоветский период. Современная концепция внешней политики России.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

сформировать теоретические представления о фундаментальных принципах экономики, о практических результатах микро и макроэкономического анализа и их применения в принятии бизнес-решений.

Задачи:

- ознакомить с основными экономическими категориями, концепциями, теориями и законами, историей эволюции экономических школ;
- изучить основы построения, расчета и анализа современной системы экономических показателей на микро и макроуровне; принципы и форматы микро, макро и комплексных методов экономического анализа;
- сформировать понимание механизмов использования экономической информации при принятии бизнес-решений;
- сформировать культуру экономического мышления;
- освоить навыки анализа экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий;
- освоить профессиональную терминологию экономической среды бизнеса.

Краткое содержание дисциплины:

Определение предмета дисциплины и места дисциплины в научной среде.

Понятие микро- и макроэкономики, обзор эволюции экономических школ от классической до неокейнсианской. Общие понятия экономических школ.

Понятие факторов производства, экономического выбора и кривые ресурсов.

Основные особенности экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий.

Определение понятия и основных терминов микроэкономики. Организация (фирма), потребитель, рынок. Классификация рынков. Понятие “невидимой руки” рынка. Концепция фиаско рынка. Понятие издержек в экономической теории. Проблемы homo economicus и оппортунистического выбора агентов.

Ключевые определения для понимания и анализа потребительского поведения. Спрос и понятие эластичности спроса. Предложение и эластичность предложения. Эластичность спроса по цене и по доходу. Понятие совершенной и несовершенной конкуренции. Принципы ценообразования для разных видов рынка. Цели и задачи микроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Принципы микроэкономического анализа. Методы микроэкономического анализа: предельный, функциональный и графический. Практические аспекты влияния результатов анализа на принятие решений.

Определение понятия и основных терминов макроэкономики. Экономическая цель общества. Роль государства в экономике. Модель кругооборота дохода. Понятие ВВП и ВНП. Взаимосвязь методов расчета ВВП и оценки объемов креативной индустрии. Экономические циклы. Долгосрочные и среднесрочные циклы в макроэкономике. Инфляция спроса и издержек. Особенности инфляции издержек в креативной индустрии. Понятие и виды безработицы. Курс валюты и платежный баланс. Налогово-бюджетная политика и ее влияние на креативные индустрии. Денежно-кредитная политика. Влияние стоимости кредита на креативные индустрии. Ключевые показатели для макроэкономического анализа. Цели и задачи макроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Основные принципы и методы макроэкономического анализа. Основные экономические показатели креативных индустрий РФ. Динамика последних лет и ее тенденции.

Макро и микроэкономические факторы, влияющие на экономический рост. Комплексные методы анализа. PEST-анализ

ИСКУССТВО И МИРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины: дать системное представление об истории и развитии мировой культуры и искусства.

Задачи дисциплины: познакомить обучающихся с актуальными проблемами культуры и межкультурного взаимодействия в современных условиях; дать представление о культуре Древнего мира, средневековья, Ренессанса и др. исторических периодов; выявить тенденции развития современного искусства; охарактеризовать культурно-познавательный туризм как один из важнейших ресурсов основных туристических регионов мира.

Краткое содержание дисциплины:

Феномен культуры. Понятие культуры и многообразие подходов к определению культуры. Культура как система. Историческая динамика культуры. Культура и цивилизация. Модели историко-культурных процессов. Традиции и инновации в культуре. Прогресс и регресс в культурном развитии. Актуальные проблемы культуры и межкультурного взаимодействия в современных условиях. Познание культуры и культурного наследия. Миф и культура Древнего мира. Периодизация развития художественной культуры

на Ближнем Востоке. Древнеегипетская цивилизация как одна из высокоразвитых цивилизаций Ближнего Востока. Мировоззрение древних египтян: мифология, культ загробной жизни и культ божественной власти фараона. Периодизация художественной культуры Древнего Египта (Древнее Царство, Среднее Царство и Новое Царство). Основные памятники архитектуры, изобразительного искусства и скульптуры древних египтян и их эстетическая оценка. Канон в древнеегипетском искусстве. Литература Древнего Египта. Синкретичное развитие музыкального и танцевального искусств. Культура средневековья и Ренессанса. Религия - основа средневекового искусства. Особенности Византийской культуры. Рождение иконописи и основных иконографических типов. Становление европейской художественной культуры. Формирование и развитие романского и готического стилей. Синтез архитектуры и скульптуры. Развитие искусства витража. Героический эпос, рыцарская куртуазная поэзия и городская литература. Гуманизм как основа художественной культуры Возрождения. Искусство Возрождения в контексте поиска идеала человеческой личности. Сравнение творчества мастеров венецианской живописи и мастеров Северного Возрождения. Музыкальная культура эпохи Возрождения. Итальянская комедия дель Арте и театр Шекспира. XVII столетие - искусство барокко, классицизма и реализма. Характеристика барочного искусства в Италии. Испанское искусство XVII века. Зарождение жанра натюрморта. Барокко фламандских мастеров. Расцвет барокко в Голландии. Классицизм в архитектуре и живописи Франции. XVII век как переходный этап от религиозного искусства к светскому: Московское или Нарышкинское барокко, Годуновская и Строгановская школы живописи. Художественная культура эпохи петровских времен. Барокко в архитектуре, скульптуре и живописи России XVIII века. Русская литература, театр и музыка. Социально-экономические преобразования и их отражение в художественной культуре XIX века. Развитие искусства от классицизма до постимпрессионизма. Направления и стили в искусстве: ампи́р, революционный классицизм, романтизм в Испании, Франции, Англии, реализм, импрессионизм и постимпрессионизм. Развитие пейзажного жанра в Англии и барбизонской школе. Золотой век русской культуры. Западничество и славянофильство - два мировоззрения в русской культуре. Русский романтизм в живописи, литературе и традиции классицизма в архитектуре. Героико-патриотические и национальные сюжеты в русской музыке (М. Глинка, Е.А. Бородин, А. Даргомыжский). Критический реализм в художественной культуре XIX века. Передвижники как общество художников и явление в культуре. Развитие жанров в изобразительном, музыкальном и литературном видах искусства. Современное искусство: основные тенденции и направления. Тенденции развития современного искусства. Основные направления. "Стиль модерн", задачи и принципы. Национальная романтика, неоклассика, живописный реализм. Модернизм. Становление и задачи. Краткая характеристика направлений: фовизм, кубизм, экспрессионизм, сюрреализм, примитивизм. Характеристика творчества основных представителей современного

искусства. Культурно-познавательный туризм как один из важнейших ресурсов основных туристических регионов мира. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса. Видовая классификация культурного наследия. Объекты культурного наследия. Оценка культурных комплексов. Всемирные центры культурно-познавательного туризма. Современные мировые тенденции развития культурно-познавательного туризма. Российские памятники в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО.

ФИЛОСОФИЯ

Цель дисциплины:

формирование базовых знаний об общих законах развития природы, общества и мышления, принципах современной науки, духовных основаниях культуры, методологии рационально-критической оценки результатов человеческой деятельности, путей развития человеческой цивилизации, важности самопознания. Формирование теоретического взгляда на мир с позиции активного существа, осознающего как самого себя, так и то, с чем ему приходится взаимодействовать.

Задачи дисциплины:

- дать обучающимся систему философских знаний;
- научить ориентироваться в истории философии;
- проследить в многообразии и постоянном обновлении взглядов философов единства, воспроизведение, дальнейшую переработку «вечных» тем;
- сформировать у студентов прочные знания по основным разделам философии: онтологии, гносеологии, философской антропологии и социальной философии;
- привить навыки определения общего характера концепций, различения типа философских позиций;
- развить способность самостоятельного анализа и осмысления принципиальных вопросов мировоззрения.

Краткое содержание дисциплины:

Философия как способ познания и освоения мира. Специфика философских школ и направлений в содержательном плане и исторической ретроспективе. Философия Древнего мира. Философия Средневековья, Возрождения, Нового времени, Просвещения. Классическая и постклассическая европейская философия конца XVIII – начала XXI веков.

Русская философия. Философия бытия. Общество как предмет философского анализа Философии человека. Философия сознания и познания.

ГРАЖДАНСКОЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО РОССИИ

Целью изучения дисциплины

является усвоение комплекса теоретических знаний об основных понятиях и закономерностях, организационно-правовых основах государственного и муниципального управления во всех сферах

общественной жизни; овладение знаниями (содержанием) данной учебной дисциплины, в том числе определение тенденций развития местного самоуправления в Российской Федерации на современном этапе в сфере гражданского и предпринимательского права.

Задачи дисциплины:

- изучение особенностей отдельных институтов гражданского и предпринимательского права связанных с реализацией функций государственного и муниципального управления;
- приобретение навыков квалифицированного аргументирования собственной правовой позиции в сфере реализации гражданского и предпринимательского права;
- усвоение законодательных и международно-правовых основ регулирования отношений в сфере гражданского и предпринимательского права;
- приобретение навыков поиска и формирования комплекса нормативных правовых актов, отражающих особенности административно-правового регулирования деятельности в сфере гражданского и предпринимательского права.

Краткое содержание включает основные направления курса:

- Понятие, предмет, методы и система гражданского и предпринимательского права.
- Особенности административных правоотношений в сфере гражданского и предпринимательского права.
- Субъекты административного права в сфере гражданского и предпринимательского права.
- Органы местного самоуправления как субъекты гражданского и предпринимательского права.
- Субъекты гражданского и предпринимательского права.
- Административно-правовые формы реализации гражданского и предпринимательского права.
- Административно-правовые методы реализации власти в системе местного самоуправления.
- Административная ответственность органов и должностных лиц местного самоуправления.
- Развитие системы функций, методов и форм управления в современных условиях в сфере гражданского и предпринимательского права.

ОСНОВЫ РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ И НАУЧНОЙ РЕЧИ

Цель дисциплины: формирование у студентов навыков оптимально использовать в профессиональной и научной деятельности при устном и письменном общении этических норм и основ русской деловой и научной речи.

Задачи дисциплины:

- изучение содержания теории деловых коммуникаций;

- получение навыков грамотного и адекватного использования деловой и научной речи;
- освоения навыков языковых средств делового и научного общения;
- изучение приемов научной обработки текста и основ реферирования и аннотирования литературы в области профессиональной деятельности;
- владение студентами навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, подготовки текстовых документов в деятельности компаний сферы креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

Основные аспекты формирования, функции и виды речевых коммуникации. Принципы вербального и невербального общения. Коммуникативное намерение и основные единицы речевого общения. Исследование и анализ речевой ситуации и речевого события, его компоненты. Принципы эффективной коммуникации: принцип кооперации Г. Грайса, принцип вежливости Дж. Лича. Слушание как необходимое условие эффективной коммуникации, виды слушания. Коммуникативные барьеры: понятие, виды. Факторы, влияющие на формирование барьеров. Приемы преодоления барьеров

Стили делового общения и этические нормы. Этикетные формулы. Критика и комплимент в деловом общении: функции и правила. Литературный язык и взаимодействие функциональных стилей. Понятие и факторы, влияющие на выбор жанра. Понятие стилевой уместности речи.

Научное общение как сфера коммуникации, жанровое своеобразие научной речи. Общая характеристика и языковые особенности научного текста.

Структурные элементы и языковое оформление научных текстов (конспектов, аннотаций и тезисов), навыки их составления. Основы реферирования и культура цитирования научной литературы, составления библиографического описания. Основные принципы редактирования готового и собственного научных текстов, профессиональной направленности.

Компоненты, особенности и виды публичных выступлений в научной и деловой среде

Правила подготовки и принципы адаптации к аудитории публичного выступления. Навыки выбора аргументации, логический и психологический аспекты.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Цель дисциплины:

сформировать у студентов представления о механизмах функционирования мирового хозяйства, международных валютно-финансовых и расчетно-кредитных отношений с учетом специфики деятельности отечественной экономики;

Задачи дисциплины:

Раскрыть сущность международных экономических отношений, их роль в развитии мировой экономики.

Описать виды международных экономических отношений, включая международную торговлю товарами и услугами, международное движение капитала, международную миграцию рабочей силы, международный научно-технологический обмен.

Изучить причины, динамику и проблемы международной экономической интеграции в современных международных экономических отношениях.

Выработать навыки работы с источниками международной статистической информации.

Краткое содержание дисциплины:

Основные особенности современного этапа глобализации мировой экономики. Влияние глобализации на основные формы МЭО.

Международное разделение труда: понятие, основные факторы, влияющие на формирование и эволюцию МРТ. Новые тенденции в его развитии.

Основные тенденции развития международной торговли в последние два десятилетия. Международная торговля услугами: основные тенденции развития. Торговая политика и ее инструменты.

Многостороннее регулирование международной торговли. Основные направления и принципы деятельности ГАТТ. Всемирная торговая организация: цели создания, направления деятельности. Институциональная структура.

Международное движение капитала как ведущая форма МЭО: понятие, формы капитала. Прямые иностранные инвестиции: отличительные черты, структура и формы реализации на мировых рынках. Основные инвестиционные режимы в мировой практике: понятие и особенности применения. Инвестиционный климат страны и факторы его определяющие.

ТНК в мировой экономике. Конкурентные стратегии ТНК: сущность и модели. ТНК и передача технологий: формы и каналы.

Свободные экономические зоны в мировой экономике. Новые тенденции в деятельности СЭЗ.

Россия в международном разделении труда. Внешнеторговые связи и торговая политика России. Инструменты импортной и экспортной политики России. ВТО и Россия: основные аспекты взаимоотношений.

Россия в международном движении капитала. Иностранные инвестиции в экономике России: динамика объема и основные формы. Влияние западных санкций. Экспорт капитала из России: динамика объема, формы и основные страны-реципиенты.

Международных научно-технологический обмен. Динамика и географическая структура международного обмена технологиями. Международный научный обмен. Международный образовательный обмен. Международный информационный обмен. Новые тенденции в формировании информационного пространства.

Международная миграция рабочей силы. Регулирование международной миграции на международном и страновом уровне, в рамках интеграционных соглашений.

Международная экономическая интеграция в современных МЭО. Экономическая интеграция: сущность, цели и объективные предпосылки развития. Формы экономической интеграции и их отличительные черты. Преимущества и издержки участия страны в интеграционном объединении

Европейская экономическая интеграция. Единый внутренний рынок ЕС: цели, направления и результаты создания. Единая сельскохозяйственная политика ЕС: цели, принципы, механизм функционирования. Реформы ЕСХП.

Современный этап европейской интеграции: основные тенденции и проблемы.

Brexit и его последствия для дальнейшего развития европейской интеграции.

Интеграционные процессы на постсоветском пространстве. Договор о Евразийском экономическом союзе и направления формирования ЕАЭС, достигнутые результаты.

БИЗНЕС-СТАТИСТИКА

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций в области статистики и математического анализа для профессиональной работы с данными, применения методов количественного статистического анализа в различных экономических ситуациях и бизнес-процессах.

Задачи:

- знакомство студентов с базовым терминологическим аппаратом общей теории статистики;
- формирование умений и навыков применения математических методов и построения математических моделей в области бизнес-анализа;
- изучение методов сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных задач профессиональной деятельности;
- изучение инструментов и средств для обработки и анализа данных о бизнес-процессах.

Краткое содержание дисциплины.

Понятие предмета, объекта исследования. Этапы статистического исследования. Данные, типология и шкалы. Вторичные данные. Домены применения знаний. Типология данных. Основные виды измерения данных: шкалирование, типы шкал. Практические аспекты применения статистики в бизнес-исследованиях и принятии решений.

Диапазоны и таблицы. Очистка данных – текстовые функции, даты и время. Проверка данных. Промежуточные итоги с диапазонами и другие возможности таблиц.

Генеральная и выборочная совокупности. Репрезентативность. Параметры и статистики. Вариационные и статистические ряды. Выборочная

функция распределения. Визуализация выборочных данных. Гистограмма. Боксплот.

Методы одномерного анализа данных. Методы двумерного анализа данных. Методы многомерного анализа данных.

Точечное и интервальное оценивание числовых характеристик и параметров распределения генеральной совокупности. Понятие точечной статистической оценки. Свойства выборочных оценок: состоятельность, несмещённость, эффективность. Нахождение точечных оценок неизвестных параметров распределений методом моментов и методом максимального правдоподобия. Точечные оценки математического ожидания и дисперсии генеральной совокупности. Точечные оценки параметров основных распределений. Основные распределения математической статистики: нормальное распределение, распределение Пирсона, Стьюдента, Фишера. Эмпирическая функция распределения. Интервальное оценивание числовых характеристик и параметров распределения. Основные понятия. Построение доверительных интервалов для математического ожидания и дисперсии нормального закона распределения.

Основные виды агрегации данных. Меры центральной тенденции. Мода, медиана, среднее. Выбросы. Меры количественной вариации данных: дисперсия, среднеквадратическое отклонение, коэффициент вариации. Меры качественной вариации.

Проверка статистических гипотез. Критерий (уровень) значимости. Построение критических областей. Ошибки 1-го и 2-го рода. Проверка гипотезы о законе распределения. Проверка гипотез о параметрах нормального распределения. Критерий «хиквадрат», проверка гипотезы о независимости признаков. Проверка параметрических гипотез, сравнение двух групп. Непараметрические критерии проверки гипотез.

Основные понятия корреляционного анализа: ковариация, коэффициент корреляции, их выборочные оценки. Применение выборочного коэффициента корреляции для оценки степени зависимости признаков.

Однофакторный дисперсионный анализ. Многофакторный дисперсионный анализ. Непараметрический дисперсионный анализ.

Простая линейная регрессия. Логистическая регрессия (логит-анализ). Бинарная логистическая регрессия: уравнение, показатели при интерпретации результатов использования бинарной логистической регрессии. Мультиномиальная логистическая регрессия.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРАВО

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, предполагающих изучение международного права и формирование юридического мировоззрения, а также профессионального правового сознания будущего юриста.

Указанная дисциплина формирует у обучающихся комплекс знаний основных положений международного права, таких как, сущность и содержание основных понятий, категорий и терминов международного права,

систему, сущность и содержание институтов и отраслей международного права, правовой статус субъектов международного права, сущность и содержание основ правовых отношений данной сферы.

Задачи дисциплины:

приобретение обучающимися необходимых умений оперировать юридическими понятиями и категориями международного права,

анализ, толкование и правильное применение международно-правовых норм,

анализ юридических фактов и возникающих в связи с ними международно-правовых отношений,

принятие решений и совершение необходимых юридических действий в точном соответствии с международно-правовыми актами,

осуществление правовых экспертиз нормативных правовых актов в международно-правовой сфере,

правильное составление и оформление юридических документов, связанных с международно-правовой сферой.

Краткое содержание дисциплины:

изучение закономерностей и этапов формирования понятия, источников, принципов и особенностей международного права;

выяснение возникновения международного права и периодизация его истории;

рассмотрение понятия субъекта международного права;

изучение сущности права международных договоров;

проведение анализа международных организаций как субъектов международного права и классификация;

изучение теории происхождения термина «территория», основные виды правового режима пространств в международном праве и их характеристика;

рассмотрение международно-правовых вопросов гражданства, защиты прав и свобод человека;

проведение анализа определения международного спора в международно-правовых отношениях, принцип мирного урегулирования споров; Устав ООН и другие международно-правовые акты о средствах разрешения международных споров;

исследование сущности международно-правовой ответственности государств, международные правонарушения, виды международно-правовой ответственности государства и их формы реализации, особенности ответственности за агрессию и иные виды преступлений;

проведение анализа понятия дипломатии и международного права, понятия и источников дипломатического права, истории возникновения института регулирования отношений между странами и народами, Конвенции о дипломатических сношениях 1961 г., о специальных миссиях 1969 г. и о представительстве государств в их отношениях с международными организациями универсального характера 1975 г., Положение о Министерстве иностранных дел Российской Федерации 2004 г.;

изучение понятия, принципов, источников и субъектов международного гуманитарного права;

выяснение предпосылок формирования сущности и значения международной безопасности;

рассмотрение международно-правового механизма сотрудничества государств в борьбе с преступностью;

исследование понятия и источников международного морского права;

проведение анализа определения международного воздушного права, специальных принципов и источников;

изучение понятия, принципов и источников международного космического права;

проведение анализа понятия и сущности международного экономического права.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

формирование навыков генерации, разработки, обоснования и представления новых бизнес-идей для креативных индустрий и использования методов оценки рациональности и жизнеспособности таких проектов.

Задачи:

- ознакомиться с теорией и практикой планирования, ее значением для предприятия и бизнес-проекта в условиях рыночной экономики;

- изучить международные и российские стандарты бизнес-планирования и составления бизнес-планов;

- сформировать умение собрать информацию, проанализировать существующие возможности рынков и предложить бизнес-идею нового предприятия, проекта, продукта креативной индустрии;

- освоить методики разработки, обоснования и представления бизнес-проекта в формате бизнес-плана;

- сформировать уверенное владение терминологией бизнес-планирования.

Краткое содержание дисциплины:

Основные концепции и понятия дисциплины. Цели и виды планирования.

Стратегическое планирование. Процесс и этапы стратегического планирования. Особенности и различия\ сходство в стратегическом планировании для предприятий и для проектов креативных индустрий.

Цели создания и назначение бизнес-плана. Классификация форматов бизнес-планов. Виды бизнес-планов. Обзор международных Стандартов бизнес-планирования. Сравнительный анализ структур международных бизнес-планов.

Структура и последовательность разработки бизнес-плана.

Разработка идеи проекта. Выбор целей проекта. Выбор рынка. Сбор и анализ информации. Применение методик генерации бизнес-идей. Предварительная оценка перспектив проекта.

Разработка разделов анализа рынка, маркетинга и продаж. Разработка плана производства и организационного плана. Разработка инвестиционного и финансового плана. Оценка эффективности и рисков. Особенности рисков в сфере креативных индустрий. Описание отраслевых особенностей сферы креативных индустрий: типичные барьеры, анализ развития и инвестиционная привлекательность. Финализация бизнес-плана: раздел Резюме. Приложения к бизнес-плану. Проверка бизнес-плана и реалистичности проекта. Презентация бизнес-плана.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ И ДЕЛОВОЙ ПРОТОКОЛ

Цель дисциплины:

- сформировать представление о современных нормах государственного протокола и делового этикета и умение применять их на практике. Дисциплина «Государственный и деловой протокол» нацелена на устойчивое овладение студентами основными понятиями государственного и делового протокола, знание видов, норм и правил служебного, национального и дипломатического протокола и этикета, понимание особенностей протокольного и этикетного общения в стандартных и нестандартных деловых ситуациях; формирование профессиональных навыков делового общения в процессе организации и проведения различного уровня международных, федеральных, региональных и иных официальных мероприятий. Формат дисциплины предполагает активное и заинтересованное участие обучающихся во всех формах освоения дисциплины, включая лекционные занятия, а также самостоятельную работу обучающихся.

Задачи дисциплины:

знать:

- основы международного государственного и делового протокола и этикета;

- основные принципы, техники и методы организации переговоров, включая переговоры в многоязычной среде

уметь:

- ориентироваться в специфике международного и национального государственного и делового протокола и этикета;

- организовывать переговоры, включая переговоры в многоязычной среде

владеть:

- устойчивыми навыками применения на практике основных норм государственного и делового протокола и этикета

- навыками организации переговорного процесса, включая переговоры в многоязычной среде

Краткое содержание включает основные направления курса:

Основы, понятие, содержание, цели, принципы и приоритеты государственного и делового протокола. Протоколно-этические нормы современного делового общения. Формирование норм протокола и корпоративного этикета. Специфические особенности дипломатического протокола.

Механизм и специфические особенности регулирования практики государственного и делового протокола в Российской Федерации. Современная организация протокольной службы РФ. Нормативные документы, регулирующие вопросы государственного протокола в РФ. Система построения государственного протокола в РФ. Специфика работы протокольных служб Администрации Президента, Правительства, МИД России. Особенности государственного и делового протокола в субъектах Российской Федерации, на региональном и местном уровне.

Практика протокольного обеспечения в Российской Федерации официальных визитов на высшем, высоком и рабочем уровне.

Практика российского государственного и делового протокола при планировании, организации и проведении официальных международных и иных мероприятий различного уровня.

Особенности дипломатического протокола и его правовая основа. Венская конвенция о дипломатических сношениях 1961 г. – основа единообразного применения международных стандартов протокола.

Протокольные символы суверенитета государства, принципы международной вежливости как основа современного протокола, протокол и этикет государственной и протокольной символики.

Национальные, этнические, культурные и религиозные особенности государственного и делового протокола.

Деловой протокол и корпоративный этикет. Этикет в деятельности органов государственной власти и управления, в общественных организациях, бизнесе.

Практика государственного и делового протокола.

Протокольный регламент делового общения. Протокольные правила, нормы и формы делового общения. Протокольное обеспечение деловой беседы, переговоров, совещаний, собраний, публичных выступлений, телефонных разговоров.

Протокол организации и проведения официального приема. Виды приемов.

Протокол представлений. Организация официальной процессии. Протокол траурных мероприятий. Протокол культурной и женской программы. Международный этикет деловых подарков и сувениров

Протокольные требования к работе со средствами массовой информации.

Протокольные требования организации переговорного процесса в т.ч. в рамках международного общения.

Особенности протокола организации и проведения мероприятий с участием иностранных представителей.

Правила поведения по этикету. Кодекс делового общения. Суть и роль имиджа делового человека в деловом общении. Протокольные требования и характеристика компонентов имиджа.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (английский интенсивный)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.

В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.

В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.

В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, владеющих английским языком на предпороговом уровне (A1-A2) на момент начала обучения. Дисциплина изучается в течение 1-4 семестров на 1-2 курсах. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Личная информация, семья
- Работа и учеба
- Праздники, обычаи и традиции
- Исторические события, биографии известных людей

- Стиль жизни, интересы, хобби
- Развитие общества и технологий, будущее

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (английский продвинутый)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.

В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.

В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.

В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, владеющих английским языком на пороговом уровне (не ниже B1) на момент начала обучения. Дисциплина изучается в течение 1-4 семестров на 1-2 курсах. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Личные качества и взаимоотношения между людьми
- Наука и технологии
- Искусство и творчество
- Путешествия
- Развитие современного общества
- Система образования

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих свободное общение на иностранном (китайском) языке, как в общекультурной, так и в профессиональной деятельности в мультикультурной среде и международной команде.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.

- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

- Обучить навыкам практического устного и письменного перевода для выполнения своей непосредственной профессиональной деятельности в качестве переводчика.

- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Знакомство
- Речевой этикет
- Учебное заведение
- Семья
- Поездка в транспорте
- Мой друг
- Распорядок дня
- Мои увлечения.
- На дне рождения у друга.
- Наш дом.
- Как я учу китайский язык.
- На приеме в китайском посольстве
- Спорт.
- В аэропорту Пекина.
- На почте.
- Климат Китая.
- Покупки.
- На приеме у врача.
- В гостях у китайцев.
- Транспорт.

- Парк Цзиншань.
- Достопримечательности Пекина.
- В пекинской закусочной.
- В зоопарке Пекина.
- В китайской больнице.
- Притчи и легенды древнего Китая.
- Великие писатели Китая Лу Синь и Лао Шэ.
- Праздники в Китае.
- В Музее китайского изобразительного искусства.

3-4 курсы:

- Знакомство.
- Выбор предметов в институте.
- Привыкание к жизни в Китае.
- Транспортные средства.
- Разговор по телефону.
- Жизнь простых граждан в Китае.
- Экзамен для поступления в школу средней ступени.
- Реформы в Китае.
- Страны мира. Географическое положение, народонаселение.
- Государственное и политическое устройство стран мира.
- Национальные экономики.
- География КНР
- Прогулка в горы.
- Не забудь написать индекс почты
- Что тебе хотелось бы купить?
- Давайте сфотографируемся здесь.
- Спасибо за радушный прием.
- Чем интересна работа стюардесс.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Особенности речевого поведения китайцев
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Социальные проблемы в КНР.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Встречи и проводы. Прием.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Кто помогает маме вести домашние дела
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Экономическая и профессиональная сферы.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Выставка-ярмарка. Установление деловых связей. Запрос цены.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Единственный ребенок в семье у китайцев
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Внешняя и внутренняя политика России.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Обсуждение цены. Предложение цены.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Как дарить подарки китайцам
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Вопросы экономического и научно-технического развития Китая и России.

- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Формы и условия платежа. Вексель и кредит.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отличия в пристрастиях при употреблении пищи
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Дипломатия и международное право.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Сделка.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отношения в семье молодоженов
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Российско-китайские отношения на современном этапе.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Поставка. Упаковка и маркировка.
- Проблемы мировой экономики.
- Пограничный и таможенный контроль.
- Международное торгово-экономическое сотрудничество.
- Погрузка-разгрузка и транспортировка.
- Региональное и межрегиональное сотрудничество.
- Товарные знаки.
- Международные организации и участие в них Китая и России.
- Страхование.
- Актуальные проблемы современности (глобализация, интеграция и др.)
- Агентство.
- Деловая и коммерческая переписка.
- Претензии и рекламации.
- Внешняя политика КНР (политические, экономические, военные аспекты). Внутривнутриполитическая жизнь КНР. Государственные и политические институты. Выборы. Экономические и социальные проблемы. Средства массовой информации.
- Научно-техническое сотрудничество.
- Внешняя политика России (политические, экономические, военные аспекты).
- Покупка лицензии.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих свободное общение на иностранном (немецком) языке, как в общекультурной, так и в профессиональной деятельности в мультикультурной среде и международной команде.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.

- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

- Обучить навыкам практического устного и письменного перевода для выполнения своей непосредственной профессиональной деятельности в качестве переводчика.

- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Лексический: Знакомство. Однокурсники. Аудитория. Рабочий стол.
- Грамматический: Порядок слов в предложении. Артикль. Спряжение глаголов. Числа. Отрицания.
- Лексический: Предметы. Принадлежности. Расписание.
- Грамматический: Указательные местоимения. Спряжение сильных глаголов. Винительный падеж. Безличные местоимения.
- Лексический: Распорядок дня. Время. Учеба.
- Грамматический: Возвратные глаголы. Глаголы с отделяемыми и неотделяемыми приставками. Дательный падеж.
- Лексический: Родственники. Отношения. Профессии.
- Грамматический: Притяжательные местоимения. Склонения существительных. Модальные глаголы.
- Лексический: Квартира. Мебель. Условия. Общежитие
- Грамматический: Предлоги дательного и винительного падежей. Степени сравнения прилагательных. Модальные глаголы.
- Лексический: Договоренность. Назначение встречи. Визит.
- Грамматический: Перфект. Множественное число существительных
- Лексический: Описание квартиры. Расположение предметов в пространстве.
- Грамматический: Указательные местоимения. Предлоги.
- Лексический: Описание симптомов болезни. Советы врача.
- Грамматический: Притяжательный артикль. Повелительное наклонение. Прошедшее время Перфект.
- Лексический: Рассказы о событиях и деятельности в рабочие дни.
- Грамматический: Прошедшее время Перфект. Личные местоимения в винительном падеже.
- Лексический: Покупки. Цены. Отделы. Скидки
- Грамматический: Артикль. Употребление артикля

- Лексический: Библиотека. Отделы. Жанры. Выбор любимой книги. Описание. Писатели. Герои.
 - Грамматический: Инфинитивные обороты. Предлоги родительного падежа.
 - Лексический: Продукты. Завтрак. Обед. Ужин. Приглашение в гости. Ресторан. Заказ
 - Грамматический: Придаточные предложения
 - Лексический: Исторические факты. Средневековье. Реформация. 19-начало 20 века. Веймарская республика. 20-30 годы.
 - Грамматический: Präteritum.
 - Лексический: Достопримечательности. Как пройти.
 - Грамматический: Futurum. Придаточные предложения
 - Лексический: Выборы. Партийная система. Обязанности.
 - Грамматический: Präteritum, Perfekt, Futurum.
 - Лексические: Бронирование. Категория номеров. Описание отеля, номера
 - Грамматические: Словообразование
 - Лексические: Покупка билетов. Заказ номера. Покупка тура. Аренда квартиры, автомобиля.
 - Грамматические: Определенные причастные определения
 - Лексический: Места отдыха. Транспортные средства. Заказ отелей, туров
 - Грамматический: Порядок слов в предложении. Придаточные предложения.
 - Лексические: Учеба. Свободное время. Развлечения. Интересы.
 - Грамматические: Множественное число. Указательные местоимения. Инфинитивные группы haben, sein + zu Infinitiv
 - Лексические: Цвета. Стили. Ателье. Химчистка.
 - Грамматические: Прилагательные. Склонение прилагательных. Степени сравнения. Субстантивация
 - Лексические: География. Климат. Административное деление. Транспортное сообщение.
 - Грамматические: Имена собственные. Пассив
 - Лексические: Части тела. Качества характера.
 - Грамматические: Конъюнктив
 - Лексические: Болезни. Посещение врача
 - Грамматические: Конъюнктив
 - Лексические: Вторая мировая война. Герои. Борьба за мир.
 - Грамматические: Конъюнктив. Родительный падеж
 - Лексический: Писатели. Поэты. Литературные жанры.
 - Грамматические: Причастие
- 3-4 курсы:
- Лексические: Средства передвижения. Преимущества.

Недостатки. Предпочтения.

- Грамматические: Употребление *lassen*
- Лексические: Рост. Вес. Цвет
- Грамматический: Причастие 2. Употребление.
- Лексический: Черты характера. Темперамент.
- Грамматический: Словообразование
- Лексические: Хобби.
- Грамматические: Полусуффиксы прилагательных
- Лексические: Тенденции. Современная одежда. Дрескод.
- Грамматические: Модальные глаголы
- Лексические: Спорт. Питание. Режим дня.
- Грамматические: Распространенный причастный оборот
- Лексические: Природа. Животные.
- Грамматические: Инфинитивные обороты с модальными

глаголами

- Лексические: Изменение климата. Загрязнение природы.
- Грамматические: Модальные частицы
- Лексические: География. Климат. Флора и фауна.
- Лексические: Экономика. Партийная система
- Лексические: Система образования. Литература. Искусство.
- Лексические: Современные профессии. Получение профессии.
- Лексические: Штатное расписание. Рабочий день. Офис. Отпуск.
- Лексические: Резюме. Собеседование. Испытательный срок.
- Лексические: Газеты. Журналы. Радио. Телевидение. Интернет
- Лексические: Международные мероприятия. Уход за

престарелыми и больными

- Лексические: Увлечения. Интересы. Свободное время.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК)

Цель дисциплины:

Цель обучения французскому языку является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения

(аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Данные навыки формируются на уровне, достаточном для успешного решения коммуникационных задач как в бытовой сфере, так и в профессиональной.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения французскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины (первый год изучения):

- умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;
- умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;
- овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);
- изучение всех правил чтения во французском языке;
- умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;
- умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;
- получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;
- получить общее представление о грамматическом строе французского языка, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;
- овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Содержание дисциплины включает основные тематические разделы:

Лексические темы:

Знакомство; профессии; друзья; путешествия и экскурсии; учеба; изучение иностранных языков; распорядок дня; выходной день, досуг, семья, распределение обязанностей в семье, французский язык в мире, распорядок дня, выбор профессии.

Грамматика:

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II группы, основных глаголов III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот *il y a*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.
Ближайшее будущее время Futur immédiat.
Ближайшее прошедшее время Passé immédiat.
Способы построения вопросов.
Повелительное наклонение глаголов.
Условное наклонение глаголов pouvoir, vouloir, aimer.
Passé composé.
Количественные и порядковые числительные.
Степени сравнения наречий.
Место наречий при глаголе в passé composé.
Согласование причастий прошедшего времени глаголов, спрягающихся с avoir.
Герундий (gérondif).
Прошедшее несовершенное время. Imparfait.
Употребление прошедших времен Imparfait / Passé composé.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК)

Цель дисциплины:

формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.
- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.
- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.
- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Мой университет
- Урок иностранного языка
- Мой рабочий день
- Моя семья
- Мой дом
- Телефонный разговор
- Праздник
- Зимние каникулы

- Организация свободного времени
- Посещение магазинов
- Книги и книжные магазины
- Приятного аппетита
- История Мадрида
- Прогулки по Мадриду
- Король Испании
- Путешествия и отели
- Повседневные ситуации
- Летние каникулы
- Образ жизни современной молодежи
- Одежда. Услуги
- Город. Страна
- Человек
- Здоровье
- Борьба за мир. Движение сопротивления
- Литература и искусство в жизни человека

3-4 курсы:

- Транспортные средства
- Внешность
- Характер
- Интересы, склонности
- Мода
- Здоровый образ жизни
- Окружающий мир
- Защита окружающей среды
- Страноведение Испании
- Страноведение Испании
- Политические и социально-экономические проблемы Испании
- Актуальные политические и социально-экономические проблемы

Мексики и Аргентины

- Международные отношения и экономические связи испаноговорящих стран с Россией
- Проблемы международных отношений, международные конфликты, терроризм, проблемы эмиграции, демографические проблемы
- Международные организации, военные союзы
- Важные конференции, совещания, съезды
- Актуальные политические события в мире

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ИТАЛЬЯНСКИЙ)

Цель дисциплины: Цель обучения итальянскому языку является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков:

говoreния (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Данные навыки формируются на уровне, достаточном для успешного решения коммуникационных задач как в бытовой сфере, так и в профессиональной.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения итальянскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины (первый год изучения):

умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;

умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;

овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);

изучение всех правил чтения во итальянском языке;

умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;

умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;

получить общее представление о звуковой системе итальянского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать итальянские звуки;

получить общее представление о грамматическом строе итальянского языка, порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;

овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Знакомство, семья, внешность, свободное время, учеба, изучение иностранных языков, распорядок дня, мой дом (моя квартира), в итальянском баре или каф, е профессии, еда, кино, воспоминание, путешествие.

Грамматика:

Порядок слов.

Система личных, прилагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II и III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот с частицей *si*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futuro Semplice*.

Ближайшее прошедшее время *Passato Prossimo*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.

Несовершенное прошедшее время *Imperfetto*.

Количественные и порядковые числительные.

Место наречий при глаголе в *Passato Prossimo*.

Согласование причастий прошедшего времени глаголов, спрягающихся с *avere*.

Употребление прошедших времен *Imperfetto* / *Passato Prossimo*.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (АНГЛИЙСКИЙ)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.

В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.

В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и

объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.

В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, владеющих английским языком на пороговом уровне (не ниже B1) на момент начала обучения. Дисциплина изучается в течение 3-4 семестров на 2 курсе. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Образование и будущая работа
- Культура и искусство
- Здоровье и здоровый образ жизни
- Путешествия и современные коммуникации

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины: включает коммуникативную (практическую), образовательную и воспитательную составляющие, а также развитие целого ряда компетенций, необходимых студенту в его профессиональной деятельности с использованием знаний, умений и навыков иностранного языка (немецкого):

- способность применять второй иностранный язык (немецкий) для анализа современных социальных и международных ситуаций; умение пользоваться справочной литературой на немецком языке в процессе поиска необходимой информации на немецком языке, умение оперировать этой информацией; способность аннотировать и реферировать письменные (печатные) и устные (аудио-) профессиональные тексты на немецком языке в рамках общественно-политической, общественно-экономической, международно-правовой и других сфер профессиональной деятельности; способность создавать тексты информационного и аналитического характера на немецком языке;

-способность использовать немецкий язык в самообразовании и развитии;

-способность использовать немецкий язык в профессиональной сфере;

-способность привлечь фоновые лингвострановедческие знания для решения профессиональных задач в коммуникативном процессе на немецком языке;

-способность к осуществлению контактов на немецком языке с представителями иных профессиональных сфер;

-владение всеми видами речевой деятельности: чтением, говорением, аудированием, письмом, переводом;

-владение культурой устного и письменного межкультурного общения;

- овладение компенсаторными и рефлексивными умениями;
- владение стилями немецкого языка; способность использовать немецкий язык для подготовки документов международного характера;
- владение культурно-историческими реалиями стран изучаемого языка;
- способность публично выступать в рамках профессионального общения с учетом норм речевого этикета, владение основами лингвистической, социолингвистической и прагматической компетенций;
- формирование у студентов гуманистического мировоззрения, чувства ответственности перед своей страной и народом, расширение общего и профессионального кругозора, глубокое понимание вопросов внутренней и внешней политики России и вопросов международных отношений, уважительное отношение к духовным ценностям, истории, культуре России и других стран, развитие толерантности.

Данные цели достигаются направленностью Программы на обучение различным видам коммуникативных компетенций в рамках тем и сфер общения, предусмотренных программами по годам обучения.

Задачи дисциплины:

Обучить практическому владению языком для активного применения в повседневном общении.

Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Первые контакты

Урок немецкого языка

Распорядок дня

Учеба. Работа. Профессия

Приятного аппетита

Квартира

В городе

Семья

Рождество

Коммуникация. Свободное время

Одежда. Погода

Потребление. Реклама

Межличностные отношения

Люди. Биография

Новые средства массовой информации

Изучение языков

Путешествия

Транспорт

Отдых без стресса
Внешность человека
Черты характера
Интересы. Увлечения. Хобби
Профессиональное образование
Рабочее место/Условия работы
Мода и одежда
Покупки
Модные тренды
Здоровье
Окружающий мир и общество
Охрана окружающей среды

Грамматические темы

Грамматика

А. Морфология

Имя существительное

Род имен существительных. Склонение нарицательных существительных. Сложные имена существительные, их род и ударение в них. Сокращение имен существительных. Образование множественного числа существительных. Разделительный генитив. Существительные, образованные от числительных. Субстантивированные прилагательные и причастия. Употребление существительных в инфинитивных конструкциях.

Артикль

Виды артикля, склонение и употребление артикля при именах нарицательных. Случаи опущения артикля. Употребление артикля при именах собственных и вещественных. Случаи опущения артикля.

Имя прилагательное

Употребление прилагательного в составе именного сказуемого. Употребление прилагательного в качестве определения перед существительным – склонение прилагательных в единственном и множественном числе. Степени сравнения прилагательных. Субстантивация прилагательных. Прилагательные, образованные от имен собственных. Употребление прилагательных в составе инфинитивных конструкций.

Имя числительное

Образование количественных числительных. Образование сложных количественных, а также порядковых числительных. Склонение порядковых числительных

Местоимения

Личные, притяжательные, указательные, неопределенные, отрицательные, вопросительные, возвратные местоимения, их склонение и употребление. Употребление безличного местоимения „es“ и неопределенно-личного местоимения „man“. Образование и употребление местоименных наречий.

Глагол

Сильные и слабые глаголы. Сильные глаголы с изменением корневой гласной в Präsens. Возвратные глаголы. Глаголы с отделяемыми и неотделяемыми приставками. Спряжение глагола в Präsens, Präterit, Perfekt и Futur изъявительного наклонения активного залога. Повелительное наклонение. Модальные глаголы и глагол „lassen“. Образование и употребление пассивного залога. Употребление глаголов в Infinitiv с „zu“ и без „zu“.

Предлог

Предлоги, управляющие дательным падежом. Предлоги, управляющие винительным падежом. Предлоги, управляющие дательным и винительным падежами. Предлоги, управляющие родительным падежом.

Союзы

Наиболее употребительные сочинительные союзы и союзные слова.

Б. Синтаксис

Виды предложений: повествовательные, вопросительные, повелительные. Простое распространенное предложение. Место возвратного местоимения, отделяемой приставки, отрицания. Способы выражения отрицания.

Текст

Монологическое/диалогическое единство, письменный/устный текст.

Текстообразующие функции порядка слов, предложений, союзов, союзных слов.

Композиционное оформление текста. Пунктуация.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (ФРАНЦУЗСКИЙ)

Цель дисциплины: Цель обучения французскому языку в качестве второго иностранного языка является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Таким образом, обучение французскому языку в Одинцовском филиале МГИМО МИД России является комплексным.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения французскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины:

умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;

умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;

овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);

изучение всех правил чтения во французском языке;

умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;

умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;

получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;

получить общее представление о грамматическом строе французского языка, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;

овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Знакомство; профессии; друзья; путешествия и экскурсии; учеба; изучение иностранных языков; распорядок дня; выходной день, досуг.

Грамматика:

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II группы, основных глаголов III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот *il y a*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futur immédiat*.

Ближайшее прошедшее время *Passé immédiat*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.

Условное наклонение глаголов *pouvoir, vouloir, aimer*.

Passé composé.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: обучение испанскому языку в качестве второго иностранного языка является комплексным и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Изучение данной дисциплины позволит развить целый ряд компетенций, необходимый студенту в его дальнейшей профессиональной деятельности.

В рамках данной дисциплины реализуются коммуникативная, образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения испанскому языку.

Задачи дисциплины:

умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;

умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;

овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);

изучение всех правил чтения в испанском языке;

умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;

умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;

получить общее представление о звуковой системе испанского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать испанские звуки;

получить общее представление о грамматическом строе испанского языка, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;

овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Знакомство, профессии, языковые курсы, учеба, система образования в Испании, устройство на работу, предприятия, жилье, отель, путешествия, увлечения, транспорт, еда, покупки.

Грамматика:

Род, число существительных и прилагательных

Артикли

Притяжательные, неопределенные, отрицательные и указательные местоимения,

Числительные, количественные числительные, порядковые числительные

Порядок слов в испанском предложении, вопросительные и восклицательные местоимения, ударение.

Предлоги,

Спряжение правильных глаголов,

Глаголы индивидуального спряжения

Спряжение правильных глаголов II и III группы, существительные, обозначающие родственные отношения, указательные местоимения и местоимённые наречия.

Модальные глаголы

Порядковые числительные, сложные предлоги, наречия и наречные выражения, служащие для описания предметов в пространстве

Степени сравнения прилагательных и наречий

Простое настоящее время Presente de Indicativo.

Прошедшее совершенное время Pretérito Perfecto

Особенности употребления и образования прошедших времен Pretérito Indefinido и Pretérito Imperfecto.

Условное наклонение Potencial Simple,

Прошедшее время Pretérito Pluscuamperfecto de Indicativo,

Согласование времен concordancia de los tiempos.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (ИТАЛЬЯНСКИЙ)

Цель дисциплины: Цель обучения итальянскому языку в качестве второго иностранного языка является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Таким образом, обучение итальянскому языку в Одинцовском филиале МГИМО МИД России является комплексным.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения итальянскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины:

умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;

умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;

овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);

изучение всех правил чтения во французском языке;

умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;

умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;

получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;

получить общее представление о грамматическом строе французского языка, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;

овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Знакомство, семья, внешность, свободное время, учеба, изучение иностранных языков, распорядок дня, мой дом (моя квартира), в итальянском баре или кафе, профессии, еда, кино, воспоминание, путешествие.

Грамматика:

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II и III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот с частицей *si*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futuro Semplice*.

Ближайшее прошедшее время *Passato Prossimo*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.
Несовершенное прошедшее время Imperfetto.
Количественные и порядковые числительные.
Место наречий при глаголе в Passato Prossimo.
Согласование причастий прошедшего времени глаголов, спрягающихся с avere.

Употребление прошедших времен Imperfetto / Passato Prossimo.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (АНГЛИЙСКИЙ ИНТЕНСИВНЫЙ)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) в целях профессиональной деятельности и профессионального взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- 1) формирование способности выбирать на иностранном языке коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами;
- 2) формирование способности вести деловую переписку на иностранном языке;
- 3) формирование умения выполнять устный и письменный перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный;
- 4) формирование навыков публичной, научной и профессиональной речи на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, успешно освоивших ранее дисциплину «Иностранный язык (английский интенсивный)» и владеющих английским языком на пороговом уровне (не ниже B1-B1+). Дисциплина изучается в течение 5-8 семестров на 3-4 курсе. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Бизнес и карьера
- Информационные технологии в бизнесе
- Управление качеством
- Управление проектами
- Маркетинг и цифровой маркетинг
- Создание компании, стартапы и их финансирование
- Финансы компаний
- Стратегическое управление, слияния и поглощения
- Международная торговля
- Инновации
- Цифровая экономика и бизнес-аналитика

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (АНГЛИЙСКИЙ ПРОДВИНУТЫЙ)

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) в целях профессиональной деятельности и профессионального взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- 1) формирование способности выбирать на иностранном языке коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами;
- 2) формирование способности вести деловую переписку на иностранном языке;
- 3) формирование умения выполнять устный и письменный перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный;
- 4) формирование навыков публичной, научной и профессиональной речи на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, успешно освоивших ранее дисциплину «Иностранный язык (английский продвинутый)» и владеющих английским языком на пороговом продвинутом уровне (не ниже В2). Дисциплина изучается в течение 5-8 семестров на 3-4 курсе. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Бизнес и карьера
- Информационные технологии в бизнесе
- Управление качеством
- Управление проектами
- Маркетинг и цифровой маркетинг
- Создание компании, стартапы и их финансирование
- Финансы компаний
- Стратегическое управление, слияния и поглощения
- Международная торговля
- Инновации
- Цифровая экономика и бизнес-аналитика

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (КИТАЙСКИЙ)

Цели дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке в целях профессиональной деятельности и профессионального взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- формирование способности выбирать на иностранном языке коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами;
- формирование способности вести деловую переписку на иностранном языке;
- формирование умения выполнять устный и письменный перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный;
- формирование навыков публичной, научной и профессиональной речи на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины:

3-4 курсы:

Выбор предметов в институте.

Привыкание к жизни в Китае.

Транспортные средства.

Разговор по телефону.

Жизнь простых граждан в Китае.

Экзамен для поступления в школу средней ступени.

Реформы в Китае.

Страны мира. Географическое положение, народонаселение.

Государственное и политическое устройство стран мира.

Национальные экономики.

География КНР

Прогулка в горы.

Не забудь написать индекс почты

Что тебе хотелось бы купить?

Давайте сфотографируемся здесь.

Спасибо за радушный прием.

Чем интересна работа стюардесс.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Особенности речевого поведения китайцев

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Социальные проблемы в КНР.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Встречи и проводы. Прием.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Кто помогает маме вести домашние дела

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Экономическая и профессиональная сферы.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Выставка-ярмарка. Установление деловых связей. Запрос цены.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Единственный ребенок в семье у китайцев

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Внешняя и внутренняя политика России.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Обсуждение цены. Предложение цены.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Как дарить подарки китайцам

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Вопросы экономического и научно-технического развития Китая и России.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Формы и условия платежа. Вексель и кредит.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отличия в пристрастиях при употреблении пищи

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Дипломатия и международное право.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Сделка.

ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отношения в семье молодоженов

ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Российско-китайские отношения на современном этапе.

ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Поставка. Упаковка и маркировка.

Проблемы мировой экономики.

Пограничный и таможенный контроль.

Международное торгово-экономическое сотрудничество.

Погрузка-разгрузка и транспортировка.

Региональное и межрегиональное сотрудничество.

Товарные знаки.

Международные организации и участие в них Китая и России.

Страхование.

Актуальные проблемы современности (глобализация, интеграция и др.)

Агентство.

Деловая и коммерческая переписка.

Претензии и рекламации.

Внешняя политика КНР (политические, экономические, военные аспекты). Внутриполитическая жизнь КНР. Государственные и политические институты. Выборы. Экономические и социальные проблемы. Средства массовой информации.

Научно-техническое сотрудничество.

Внешняя политика России (политические, экономические, военные аспекты).

Покупка лицензии.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины: включает коммуникативную (практическую), образовательную и воспитательную составляющие, а также развитие целого ряда компетенций, необходимых студенту в его профессиональной деятельности с использованием знаний, умений и навыков иностранного языка (немецкого):

- способность применять иностранный язык (немецкий) для анализа современных социальных и международных ситуаций; умение пользоваться справочной литературой на немецком языке в процессе поиска необходимой информации на немецком языке, умение оперировать этой информацией; способность аннотировать и реферировать письменные (печатные) и устные (аудио-) профессиональные тексты на немецком языке в рамках общественно-политической, общественно-экономической, международно-правовой и других сфер профессиональной деятельности; способность создавать тексты информационного и аналитического характера на немецком языке;

- способность использовать немецкий язык в самообразовании и развитии;

- способность использовать немецкий язык в профессиональной сфере;

-способность привлечь фоновые лингвострановедческие знания для решения профессиональных задач в коммуникативном процессе на немецком языке;

-способность к осуществлению контактов на немецком языке с представителями иных профессиональных сфер;

-владение всеми видами речевой деятельности: чтением, говорением, аудированием, письмом, переводом;

-владение культурой устного и письменного межкультурного общения;

-овладение компенсаторными и рефлексивными умениями;

-владение стилями немецкого языка; способность использовать немецкий язык для подготовки документов международного характера;

-владение культурно-историческими реалиями стран изучаемого языка;

-способность публично выступать в рамках профессионального общения с учетом норм речевого этикета, владение основами лингвистической, социолингвистической и прагматической компетенций;

-формирование у студентов гуманистического мировоззрения, чувства ответственности перед своей страной и народом, расширение общего и профессионального кругозора, глубокое понимание вопросов внутренней и внешней политики России и вопросов международных отношений, уважительное отношение к духовным ценностям, истории, культуре России и других стран, развитие толерантности.

Данные цели достигаются направленностью Программы на обучение различным видам коммуникативных компетенций в рамках тем и сфер общения, предусмотренных программами по годам обучения.

Задачи дисциплины:

Обучить практическому владению языком специальности для активного применения иностранного языка в профессиональном общении.

Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы

- 1.Германия: от реформации до середины 19 века
- 2.Германия в первой половине 20 века
- 3.ГДР и ФРГ. Путь к объединению
- 4.Географически-демографический обзор
- 5.Государственное устройство и политические институты
- 6.Социальная политика
- 7.Семейная политика
- 8.Образовательная политика

9. Молодежная политика
10. Политика в отношении окружающей среды
11. Германия в Евросоюзе
12. Немецкая экономика
13. Российская экономика
14. Введение в экономику
15. Жизнь и работа в 21 веке
16. Потребности и виды товаров
17. Рынок, цены, деньги
18. Рыночная экономика
19. Социальная экономика
20. Приватизация в Германии и России
21. Цифровая экономика

Грамматические темы представлены в виде обобщающего повторения ранее изученного материала

Имя существительное

Разделительный генитив. Существительные, образованные от числительных. Субстантивированные прилагательные и причастия. Употребление существительных в инфинитивных конструкциях.

Имя прилагательное

Субстантивация прилагательных. Прилагательные, образованные от имен собственных. Употребление прилагательных в составе инфинитивных конструкций.

Имя числительное

Склонение порядковых числительных

Местоимения

Образование и употребление местоименных наречий.

Глагол

Модальные глаголы и глагол „lassen“. Образование и употребление пассивного залога. Употребление глаголов в Infinitiv с „zu“ и без „zu“. Конъюнктив.

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ (ФРАНЦУЗСКИЙ)**

Цель дисциплины: формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования французского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

Обучить практическому владению языком специальности для активного применения иностранного языка в профессиональном общении.

Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Франция: от эпохи Ренессанса до Французской Революции

Франция и мировые войны 20 века

Учреждение и становление V Республики (1958 – 1968 гг.).

Географически-демографический обзор

Государственное устройство и политические институты

Социальная политика

Семейная политика

Образовательная политика

Молодежная политика

Политика в отношении окружающей среды

Франция в Евросоюзе

Французская экономика

Российская экономика

Введение в экономику

Жизнь и работа в 21 веке

Потребности и виды товаров

Рынок, цены, деньги

Проблемы международных отношений, международные конфликты, терроризм, проблемы эмиграции, демографические проблемы

Международные организации, военные союзы

Важные конференции, совещания, съезды

Актуальные политические события в мире

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

Обучить практическому владению языком специальности для активного применения иностранного языка в профессиональном общении.

Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

3 курс:

Гастрономия как часть культурного наследия

Коммерческая переписка

Страноведение Испании

Современная политическая и экономическая ситуация Испании и Латинской Америки

Природа и окружающая среда

Защита окружающей среды

Бизнес и предпринимательство

4 курс:

Досуг и развлечение

Транспортные средства

Встреча делегации

Право в испаноговорящих странах

Виды правовых источников

Транспортные средства

Визит на предприятие

Медицина

Переговоры

Понятия публичного и частного права в Испании

Роль президента, парламента и премьер-министра

Международные организации, военные союзы

Важные конференции, совещания, съезды

Актуальные политические события в мире

Грамматические темы:

Modo subjuntivo

Oraciones subordinadas

Futuro de probabilidad

Periodo condicional

Construcciones con infinitivo

Construcciones con gerundio

Perífrasis verbales

Referencia temporal

Empleo de modo subjuntivo e indicativo

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ (ИТАЛЬЯНСКИЙ)**

Цель дисциплины: Цель обучения итальянскому языку является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков:

говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма

(продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Данные навыки формируются на уровне, достаточном для успешного решения коммуникационных задач как в бытовой сфере, так и в профессиональной.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения итальянскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины:

овладение правилами речевого этикета в ситуациях делового общения, запроса необходимой информации;

умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в нормальном темпе, извлечь из звучащего потока требуемую информацию;

умение написать деловое письмо, используя обороты и конструкции, характерные для этого типа письма;

получить полное представление о грамматическом строе итальянского языка, модально-временной системе языка.

Краткое содержание дисциплины:

Гастрономия как часть культурного наследия

Коммерческая переписка

Природа и окружающая среда

Бизнес и предпринимательство

Досуг и развлечение

Транспортные средства

Встреча делегации

Визит на предприятие

Медицина

Переговоры

Роль президента, парламента и премьер-министра

Международные организации, военные союзы

Важные конференции, совещания, съезды

Актуальные политические события в мире

ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний об особенностях развития бизнеса в отдельных странах и правилах международной деловой коммуникации.

Задачи:

-познакомить студентов с основными формами ведения и составом участников международного бизнеса;

-показать основные формы взаимодействия бизнеса, общества и государства, а также особенности развития этих отношений в современную эпоху;

-дать представление об особенностях ведения бизнеса в различных странах и регионах.

Краткое содержание дисциплины:

Сущность международного бизнеса и его роль в современной мировой экономике. Условия и предпосылки международной предпринимательской деятельности.

Направления влияния глобализации на международный бизнес. Признаки и особенности организации международной предпринимательской деятельности. Участие российских компаний в международном бизнесе.

Соотношение национального и международного в бизнесе. Субъекты и объекты международной предпринимательской деятельности. Международный бизнес в условиях глобализации. Интернационализация, регионализация, международная экономическая интеграция как ведущие тенденции в развитии международного бизнеса. Особенности международной деятельности фирмы. Формы международного бизнеса. Факторы, учитываемые при выборе форм международного бизнеса.

Правовая среда, различия в правовых системах. Особенности ведения бизнеса в условиях обычного, гражданского и теократического права. Законы, ориентированные на внутренний рынок. Законы, непосредственно регулирующие международные деловые операции. Законы, направленные против иностранных компаний.

Влияние форм правления на ведение международной бизнес-деятельности. Учет политических рисков.

Основные черты Экономики 4.0. Технологические изменения и прорывные технологии. Влияние на состав, направления деятельности и отраслевую структуру международных компаний. Информация как фактор производства. Глобальная цифровизация и монетизация информации. Революция виртуальных платформ. Человеческая глобализация. Новые формы экономики: экономика совместного потребления. Нестабильность экономической и политической среды. Феномен-VUCA; «черные лебеди» и «джокеры». Новая глобализация.

Классификация предприятий по собственности и организационно-правовой форме. Индивидуальные предприятия, товарищества (партнерства), акционерные общества, их возможности в среде международного бизнеса.

Эволюция акционерных обществ. Возникновение и развитие транснациональных корпораций (ТНК).

Роль ТНК по основным показателям (капитализация, оборот, прибыль, занятость, индекс транснационализации), рейтинги ТНК.

Исторические и современные формы ТНК, пути их развития.

Философия, миссия и видение. Цели и задачи международных компаний. Ресурсы и компетенции. Лидерство и корпоративная культура. Организации и структуры. Процессы и процедуры. Менеджмент международных компаний. Основные функции менеджмента. Факторы формирования гибких форм управления (Agile и другие). Маркетинг как интегрирующая функция менеджмента международных компаний.

Управление производством, цепочками поставок и логистикой. Управление финансами. Управление информацией. Управление талантами в международных компаниях. Проблемы безопасности и соответствия (compliance).

Международный бизнес как управляемый процесс. Отличительные признаки управления международной бизнес-деятельностью. Национальная специфика и международные особенности управления международным предпринимательством.

Корпоративный менеджмент и его инструменты. Государственные органы в системе механизма управления международным предпринимательством.

Международные услуги в области управления бизнесом. Виды межгосударственного регулирования международным бизнесом. Направления совершенствования механизма управления международным предпринимательством.

Практика управления международным бизнесом ведущих стран и международных организаций.

Деловая среда современного мира: общее и особенное. Факторы и оценка инвестиционной привлекательности различных стран. Роль деловой культуры. Модели управления компаниями изучаемых стран: Восток против Запада или конвергенция. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ И БИЗНЕСЕ

Цель дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний о современных тенденциях в области цифровых и интернет-технологий, их видах и формах, а также приобретение обучающимися навыков и умений применения интернет-инструментария в маркетинге и бизнесе.

Задачи:

- формирование знаний об основных цифровых и интернет средствах и инструментах продвижения и продаж;
- формирование понимания роли цифровых технологий в современном маркетинге;
- формирование умений делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;
- формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов деятельности в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Что такое цифровые технологии? Цель, задачи и функции цифровых технологий. Направление цифровых технологий и их применение. Цифровая трансформация бизнеса. Облачные технологии. Преимущества цифровой

трансформации бизнеса. Проблемы внедрения цифровых технологий в бизнесе.

Понятие «кибербезопасность», цель задачи и функции. Роль кибербезопасности в бизнесе. Вопросы защиты персональных данных.

Что такое big data? Задачи и функции больших данных. Принципы работы больших данных. Особенности применения и роль в современном бизнесе. Преимущества применения больших данных в бизнесе. Обзор инструментов big data.

Инструменты автоматизации маркетинга. Сегментирование. Прогнозирование. Лид-скоринг. Типы программного обеспечения для автоматизации маркетинга. ПО для автоматизации маркетинга.

Автоматизация процессов цифрового маркетинга (роботизация, искусственный интеллект, технологии AR и VR). Обзор инструментов. Навыки успешного маркетолога. Внедрение и доработка CRM систем. Сквозная аналитика — введение в концепцию. Основы веб аналитики.

Новые СМИ. Мобильные устройства. Интернет вещей. Игры. Устройства wearables. Есть ли будущее у креативности? Перспективы применения искусственного интеллекта. Основные проблемы развития технологий.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины:

формирование у студентов профессиональных знаний и навыков в области маркетинга и управления маркетингом в организации, в проектной и в предпринимательской деятельности.

Задачи:

- ознакомить с современными теоретическими представлениями о сущности, концепциях, принципах маркетинга и практиками их применения,
- сформировать представление о маркетинге как концепции управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности,
- ознакомить со спектром традиционных и современных методов сбора маркетинговой и бизнес информации;
- сформировать основные навыки анализа маркетинговой информации и понимания процесса принятия управленческих решений на основе такой информации;
- ознакомить со спектром современных технологий подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации маркетинговых кампаний;
- сформировать навыки составления технического задания для проведения исследования, базовые навыки проведения самостоятельного исследования для различных отраслей экономики с учетом их специфики.

Краткое содержание дисциплины:

Маркетинг: определение, цели, задачи, функции и основные принципы. Основные источники. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс, концепция 4Р-

5С-7С). Маркетинг в цифровой среде и его основные особенности. Обзор основных современных задач и проблем в маркетинге: социальная ответственность и этические проблемы в маркетинге, принципы регулирования отношений между потребителем и производителем.

Определение, сущность и структура маркетингового исследования. Количественные и качественные маркетинговые исследования. Этапы проведения маркетинговых исследований. Типичные форматы представления маркетинговой информации клиенту. Методика STEP (PEST) – анализа с использованием четырехпольной матрицы. PESTLE. Основные практические аспекты использования результатов исследования: анализ информации и принятие решений на основе данных. Стоимость проведения исследований.

Основы изучения и анализ поведения потребителей. Особенности поведения потребителей в цифровой среде.

Управление товаром в системе маркетинговой деятельности. Политика ценообразования и сбытовая политика в системе маркетинговой деятельности. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Стратегический маркетинг на предприятии.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний об основах международного маркетинга, особенностях развития бизнеса в отдельных странах и правилах международной деловой коммуникации.

Задачи:

-познакомить студентов с основными формами ведения и составом участников международного бизнеса;

-показать основные формы взаимодействия бизнеса, общества и государства, а также особенности развития этих отношений в современную эпоху;

-дать представление об особенностях ведения бизнеса в различных странах и регионах;

-сформировать представление о специфике международного маркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

Кросс-культурное позиционирование брендов и миграция в позиционировании на разных рынках. Влияние Интернета. Вопрос выгоды построения международных брендов. Важность создания и построения международного бренда. Обеспечение предприятиями брендинга. Разработка стратегии международного брендинга. Этапы продвижения международного бренда. Международная защита бренда.

Что такое консалтинг и зачем он нужен в международном бизнесе? Задачи консалтингового агентства. Виды и формы консалтинга. Роль консалтинговых услуг в сфере бизнеса и маркетинга. Популярные консалтинговые компании РФ и СНГ.

Международные рекламные организации: виды, роль в процессе становления российского рекламного рынка. Международные сетевые рекламные агентства. Рекламно-коммуникационные холдинги. Независимые рекламные агентства и их конфедерации. Специализированные рекламные структуры. Международная реклама в России.

Маркетинговая локализация. Адаптация бренда под иностранный рынок. Переориентация. Этапы локализации бренда, маркетинговая стратегия. Партнерство SWC.

Развитие этики маркетинга в международном бизнесе. Основные этические аспекты маркетинговой деятельности.

Кросс-культурные особенности в международном маркетинге. Стандарты этичного поведения в разных странах. Этический кодекс предпринимателя.

Проблемы культурных особенностей в международном маркетинге.

Основы продвижения мировых брендов на международном рынке. Обеспечение эффективности рыночного продвижения мирового бренда. Рекламное продвижение кампаний. Основные виды рекламных стратегий, которые используют для продвижения мировых брендов на международных рынках. Специфика рекламы мировых брендов в разных странах. Сложности организации международной рекламы.

Организационно-правовые аспекты выхода на внешние рынки компаний в зависимости от объемов инвестирования, их классификация. Инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации. Необходимые источники информации о внешних рынках для компаний экспортеров, для компаний производителей, для компаний посредников, для компаний импортеров. Роль инноваций и организационные формы их распространения на внешние рынки.

Общая характеристика стратегии интегрированного роста. Базисная стратегия. Эталонная стратегия. Стратегия интеграции «вперед». Стратегия интеграции «назад». Стратегия горизонтальной интеграции. Стратегия обратной вертикальной интеграции. Международные маркетинговые стратегии для креативной индустрии. Сущность и особенности. Специфика маркетинга в сфере креативных индустрий.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины:

сформировать представление об особенностях формирования организационного поведения в организациях сферы креативных индустрий, об успешности межличностных и групповых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

анализировать уровни и виды коммуникации; обнаруживать и преодолевать коммуникационные барьеры; избегать типичных ошибок, связанных с культурными стереотипами поведения; анализировать свою коммуникативную позицию организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; определять неформального лидера в группе и

выстраивать с ним конструктивные отношения; распределять роли и задачи в команде в соответствии с установками и способностями сотрудников анализировать тенденции изменений мотивации клиентского спроса на реализуемые туристские продукты, формировать клиентоориентированную организационную культуру

Краткое содержание дисциплины:

Сущность организационной культуры. Базовые элементы организационной культуры. Внешние и внутренние факторы, влияющие на организационную культуру. Процесс развития организационной культуры: формирование, поддержание, изменение. Общие подходы к классификации организационной культуры. Методы изучения организационной культуры. Цели и ценности организационной культуры. Личность и организация. Ценности как основа культуры организации. Ценности личности в форме нормативных представлений (установки, императивы, запреты, цели, проекты) как ориентиры деятельности человека. Значение общих ценностей. Формирование иерархической системы ценностей личности в процессе обучения и приобретения жизненного опыта под воздействием сложившихся культурных условий. Методика изучения ценностных ориентаций М. Рокича. Система жизненных ценностей А. Адлера. Шесть типов ценностей по Г. Олпорту. Критерии ясности личностных ценностей. Несовпадение систем ценностей. Типология культур в рамках аксиологического подхода. Мотивация персонала как механизм развития и укрепления организационной культуры. Мотивация и стимулирование. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Структура системы мотивации. Формы мотивации персонала: материальная и нематериальная; положительная и отрицательная; внешняя и внутренняя; общекорпоративная, групповая, индивидуальная; самомотивация. Ситуации демотивации и поиск путей их преодоления. Управление психологическим контрактом. Влияние миссии на ресурсы мотивации в организационной культуре. Удовлетворенность персонала работой в организации. Специфика управления приверженностью персонала организации. Сознательная и вынужденная приверженность. Ключевые факторы формирования сознательной приверженности персонала. Формирование группового поведения в организации. Понятие группы, классификация групп и типы рабочих групп. Этапы формирования и развития рабочих групп. Социально-психологический инструментальный диагностирования межличностных отношений в группе. Феномены групповой жизнедеятельности. Распределение деловых ролей в группе. Групповая сплоченность и показатели работы группы. Команда как особая разновидность группы. Лидерство и доверие. Международные команды и их свойства. Инновации и изменения. Влияние образования. Роли в команде по М. Белбину. Сильные стороны национальностей. Создание атмосферы доверия. Общества высокого и низкого доверия. Проблемы адаптации и стимулирования сотрудников мультинациональной компании. Организационные коммуникации. Основные понятия и принципы коммуникаций и коммуникативной компетенции. Типология бизнескоммуникаций. Структура

коммуникативного процесса и трудности в передаче информации. Средства и каналы коммуникации. Обратная связь между руководством и персоналом. Диагностика и планирование работы системы внутренних коммуникаций в компании. Каскадирование как базовый принцип работы внутренних коммуникаций. Внутренние коммуникации как инструмент развития организационной культуры. Управление изменениями в организации. Методические основы исследования организационной культуры. Причины изменения организационной культуры. Влияние внешних и внутренних факторов на изменение организационной культуры. Ключевые факторы, способствующие и препятствующие проведению изменений. Влияние жизненного цикла на развитие организационной культуры. Основные методы изменения организационной культуры. Проблема преодоления сопротивления персонала изменениям организационной культуры. Формирование коучинговой культуры как инструмента персонального развития сотрудников организации. Организационный коучинг: понятие, цель, задачи. Технологии коучинга как инструмент внутренней интеграции субкультур. Возможность адаптации зарубежного опыта коучинга к формированию организационной культуры современной российской организации. Анализ связей между организационной культурой, организационным поведением и конкурентоспособностью организации.

ПРОЕКТНЫЙ ПРАКТИКУМ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

формирование у студентов навыков планирования и реализации проектов с использованием современных маркетинговых и рекламных инструментов в области креативных индустрий.

Задачи:

- углубление знаний о методах управления проектами и организации проектной коммуникации;
- формирование навыков планирования и реализации медиа- и рекламных проектов в креативных индустриях;
- формирование навыков оформления проектной документации;
- формирование навыков составления рекламного бюджета для реализации проекта;
- углубление знаний о формировании и анализе статистики продаж рекламной кампании;
- формирование навыков взаимодействия с целевой аудиторией и ее запросом.

Краткое содержание дисциплины:

Обзор рыночной ситуации. Конкурентная среда креативных индустрий. Способы позиционирования конкурентов. Рекламный бюджет и его исполнение. Целевая аудитория, потенциальные и реальные покупатели. Анализ отношения потребителей к бренду: осведомленность о бренде, отношение к бренду, продажи, данные для постановки целей рекламной

кампании. Статистика продаж и мониторинг рекламной активности конкурентов в сфере креативных индустрий. Специальные исследования и регулярно проводимые мониторинги рекламной активности и образцы рекламной продукции в сфере креативных индустрий.

Понятие рекламной кампании, ее составляющие. Цели и задачи рекламной кампании. Стратегия рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Этапы рекламной кампании. Значение и место маркетинговых исследований в разработке рекламных мероприятий. Процесс создания рекламного сообщения в рамках мероприятий рекламной кампании. Разработка и применение рекламной стратегии в сфере креативных индустрий. Средства распространения рекламы и их характеристики. Основные и вспомогательные рекламоносители в рекламной кампании. Планирование рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Выбор цели рекламной кампании. Факторы, влияющие на сбыт. Разработка медиастратегии в сфере креативных индустрий.

Целевая группа. Детализация цели. Минимальная проработка целевой аудитории с включением общих особенностей ЦА и целевой группы. Типы субъектов ЦА. Проработка целевой аудитории на выявление групп, отвечающих целям кампании в сфере креативных индустрий. Решение об оптимальной адресации рекламы. Определение целевой аудитории конечных потребителей в сфере креативных индустрий. Исследование: масштабность, репрезентативность выборки, знание основных характеристик групп.

Маркетинговая разработка, выбор средств и носителей для рекламной кампании на основании данных, полученных от целевой аудитории в сфере креативных индустрий. Использование вторичных источников (отчетов средств массовой информации, данных рекламных агентств). Основные факторы: объем охвата целевой аудитории; эффективность охвата. Выяснение круга информации целевой аудитории.

Бюджет рекламы. Планирование рекламного бюджета от достигнутого. Планирование от сбыта. Планирование на основе оценки рекламного бюджета конкурентов. Выбор на основе минимизации затрат. Выбор инструментов по критериям: эффективность, применимость, креативность, цена использования, опыт. Включение инструментов в программы продвижения: принципы и условия.

Элементы обращения для рекламной кампании в сфере креативных индустрий: идея, обращение, оригинал-макет, ролики и т.д. Проведение кампании в едином ключе. Обеспечение профессионализма и координации в сфере креативных индустрий. Разработка идеи кампании и рекламных обращений. Цели рекламы, средства, объемы обращений как входные параметры.

Понятие предварительного испытания. Методы и способы испытаний. Лабораторные испытания. Выявление мнений целевой аудитории о рекламных обращениях. Метод выявления мнений целевой аудитории. Проведение фокус-групп. Репрезентативность группы Мнения экспертов (консультанта, предприятия, рекламных агентств). Проведение фокус-группы. Надежность и

репрезентативность эксперимента в реальных условиях. Возможность проведения: наличие сопоставимых локальных рынков, выбор для рекламы средств информации локального действия, наличие достаточного времени. Рекламная кампания на отдельном рынке.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины:

приобретение студентами знаний и навыков, необходимых для эффективного применения цифровых технологий в различных маркетинговых процессах.

Задачи:

- обеспечить системное представление современной концепции цифрового маркетинга;
- сформировать навыки эффективного применения цифровых технологий в профессиональной деятельности;
- развить навыки проведения исследований и анализа, как индивидуально, так и в составе команды, теоретических и практических элементов цифрового маркетинга;
- сформировать представление о современном состоянии рынка и отношений между клиентами и продавцами, обусловленными результатами цифровой революции.

Краткое содержание дисциплины:

Цифровой маркетинг: специфика, игроки, задачи, стратегии. Инструментарий, каналы цифровых коммуникаций, маркетинговая воронка, терминология. Этапы стратегического планирования в организации. Разработка стратегии цифрового маркетинга. Маркетинговая стратегия vs маркетинговый план. Ключевые моменты и вехи реализации стратегии. Взлом роста.

Понятие performance-маркетинг. Основные причины выбора стратегии перфоманс-маркетинга. Основные каналы перфоманс-маркетинга. Отличия перфоманс-маркетинга от имиджевого маркетинга. Суть работы перфоманс маркетинга. Главные инструменты перфоманс-маркетинга. Формирование стратегии. Что такое Маркетинг-микс? Модели маркетинг-микс и их элементы. Принципы маркетинг-микса. Маркетинг-микс 7P. Работа с посадочной страницей, лидогенерация, лид.

Data-driven подход. Основные принципы data driven. Инструменты профилирования и сбора данных о клиентах. a/b тестирование. Выстраивание стратегии data-driven, основные этапы. Метрики в data-driven маркетинге. Роль использования data-driven в цифровом маркетинге.

Структура маркетинговой команды. Контент-команда, команда привлечения трафика и клиентов, команда монетизации. Бизнес-девелоперы, продажи, маркетинг, дизайн и управление продуктами. Особенности работы в маркетинговой команде и взаимоотношения с другими подразделениями. Гибкая методология управления проектами Agile. SCRUM-техника.

Понятие искусственный интеллект. Цели, задачи и функции искусственного интеллекта в сфере цифрового маркетинга. Роль искусственного интеллекта в цифровом маркетинге. Инструменты искусственного интеллекта. Виртуальные ассистенты и чат-боты. Осуществление рекламы и таргетинга с помощью искусственного интеллекта. Примеры кейсов использования искусственного интеллекта в цифровом маркетинге. Перспективы искусственного интеллекта в цифровом маркетинге.

Что такое большие данные? Задачи и функции больших данных в цифровом маркетинге. Блокчейн. Поисковые системы. Преимущества использования больших данных в цифровом маркетинге. Перспективы цифрового маркетинга с использованием больших данных.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК: АКАДЕМИЧЕСКОЕ ПИСЬМО

Цель дисциплины:

сформировать компетенции, необходимые для понимания российской и международной академической среды, а также ключевые академические навыки, существенные для дальнейшего успешного обучения, для возможной академической карьеры или для интеграции результатов научных исследований в профессиональную деятельность.

Задачи:

- знакомство с различными видами и жанрами академических текстов;
- изучение специфики и типологии академических текстов;
- анализ правил коммуникации внутри академического сообщества;
- изучение принципов и приемов создания научного документа;
- формирование навыков создания академических текстов и документов на английском языке.

Краткое содержание дисциплины:

Академическое письмо как вид деятельности и способ коммуникации в международном научном пространстве. Типология и классификация академических текстов, жанры, поджанры. Академический текст - основные источники для сферы экономики, маркетинга, креативных индустрий.

Основные академические правила и академические нарушения. Плагиат. Сущность и практические подходы к корректной академической практике. Обзор международных систем референсирования. Основы Гарвардской референсной системы.

Общая структура академического текста.

Уровни структуры текста: от макроуровня до микроуровня (разделы, абзацы, предложения). Практические аспекты выбора темы академического эссе\ академической статьи. Актуальность темы. Типы академических эссе. Соблюдение стилистических требований. Аннотация как самостоятельный источник информации. Структура аннотации (характеристика основной темы, проблемы, объекта; определение цели, описание результатов). Введение как источник ключевой информации. Структурные и стилистические требования к введению.

Аргументация в академическом тексте. Принципы доказательного мышления. Универсальность законов логики: закон тождества, закон непротиворечия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания. Теория аргументации в академическом письме. Структура и состав аргументации. Правила аргументации. Тезис, аргументы, демонстрация. Логические ошибки, сопряженные с нарушением правил аргументации.

Основные правила ссылок в академических текстах. Оформление ссылок в Гарвардской референсной системе. Обзор альтернативных приемов оформления ссылок и цитат, в т.ч. по ГОСТ. Список источников. Библиография.

Заключение как элемент академического текста. Проверка академической работы. Проверка на копирование текстов. Спектр доступных онлайн-антиплагиат программ.

Грамматические особенности академического письма. Принцип лексико-грамматического единства. Анализ и разбор наиболее часто встречающихся грамматических ошибок.

Лексические особенности академического письма. Анализ и разбор наиболее часто встречающихся лексических ошибок.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. СТАРТАПЫ И ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Цель дисциплины:

формирование у обучающихся теоретических и практических знаний в области организации стартапов, овладение методами организации и процедурами принятия инновационных решений в условиях современной рыночной среды.

Задачи:

-изучение студентами теоретических и практических основ организации стартапов, современных технологии и инструментария планирования инновационного бизнеса, методов оценки эффективности стартапов;

-овладение студентами навыков выявления перспективных направлений научных исследований, обоснования актуальности, теоретической и практической значимости исследуемой проблемы;

-овладение студентами навыков находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

Краткое содержание дисциплины:

Основные понятия, термины и их определение. Ж.Б. Сэй и И. Шумпетер о сущности предпринимательства и предпринимательской деятельности. Личность и предпринимательство. Предпринимательская способность. Функции и цели предпринимательства. Принципы предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Совместное предпринимательство. Сущность инновационного предпринимательства. Региональные сети: бизнес - центры, бизнес - инкубаторы. История развития предпринимательства, его инновационные направления в России.

Разнообразие предпринимательской деятельности и специфика различных сфер деятельности. Пять предпочтительных сфер для начала собственного дела. Предпринимательство, растущее наиболее быстрыми темпами; наиболее прибыльные области предпринимательства, области деятельности с большим денежным оборотом. Предпринимательство в различных отраслях. Ценовая конкуренция и неценовая конкуренция, возможность сосуществования малых, средних и больших предприятий. Структура отраслей, особенности внутритраслевой конкуренции. Большое, среднее и малое предпринимательство: особенности и место в национальной экономике.

Предпринимательская идея. Организация и развитие собственного дела. Порядок создания нового предприятия. Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью. Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда. Понятие стартапа и особенности его функционирования. Стратегия создания стартапа. Юридическое оформление стартапа.

Государственно-правовое регулирование сферы бизнеса в Российской Федерации. Основные документы, регламентирующие функционирование предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Правовой статус предпринимателя. Приоритет и правовая защита предпринимательских идей. Интеллектуальная собственность. Объекты права интеллектуальной собственности. Объекты прав промышленной собственности.

Анализ доступных способов финансирования. Критерии, влияющие на выбор негосударственных источников финансирования. Обоснование выбора наиболее приемлемого способа финансирования. Сущность и этапы венчурного финансирования. Источники средств в венчурных фондах: зарубежный опыт и отечественная практика. Роль государства в становлении венчурного рынка в России.

Финансовые ресурсы предприятия. Система управления финансами на предприятии. Оценка финансового состояния предприятия: сущность и назначение финансового анализа, методы и инструментарий финансового анализа, анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, анализ эффективности использования оборотных активов. Экономическая сущность денежного потока. Обоснование и оптимизация ключевых параметров, оказывающих влияние на денежный поток.

Сущность предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков. Показатели риска и методы его оценки. Основные способы снижения риска: страхование, лизинг, факторинг, франчайзинг, хеджирование, форвардный контракт, фьючерсный контракт, опционный контракт. Сущность и виды ответственности предпринимателей. Условия возникновения гражданской ответственности предпринимателей.

Система показателей эффективности предпринимательской деятельности. Принципы и методы оценки эффективности

предпринимательской деятельности. Пути повышения и контроль эффективности предпринимательской деятельности.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Цель дисциплины:

знакомство обучающихся с теоретическими основами поведения потребителей, подходами к его пониманию и исследованию для решения задач профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование знаний для организации и осуществления деятельности по изучению поведения потребителей;
- формирование умений по выявлению потребностей покупателей и приемов маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей;
- овладение методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения научных, в том числе маркетинговых исследований по изучению поведения потребителей.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и содержание потребительского поведения. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Потребности потребителей. Знания потребителей. Ценность для потребителя. Воспринимаемая ценность. Типы потребительских решений. Удовлетворенность и лояльность.

Основные теоретико-методологические подходы к анализу потребления: политэкономический, конкретно-экономический, социологический, социально-психологический, маркетинговый. Факторы внешней среды бизнеса, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения. Онлайн-модели потребительских решений (ZMOT): достоинства и недостатки, возможности применения в российской практике. Потребительский опыт как ведущий фактор выбора товара: методы изучения и способы использования в современной маркетинговой практике. Развитие технологий управления потребительским опытом (consumer experience management). CRM или SEM: способы формирования и направления использования. «Карты потребительского опыта». Геймификация (gamification) потребительского опыта. Потребительские намерения как основа интент-маркетинга (intent marketing): виды, способы выявления. Работа с потребительскими намерениями в социальных сетях.

Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм. Глобальная перспектива консьюмеризма. Российская действительность и консьюмеризм.

Мотивация. Особенности восприятия. Память. Эмоции. Ценности. Чувства потребителей как часть потребительского опыта. Установки и намерения потребителей. Теория перспектив. Эффект владения.

Процесс обучения. Познавательное обучение. Повторение. Актуализация. Методы усиления запоминания. Забывание. Оценка познавательного обучения. Классическое обусловливание. Детерминанты классического обусловливания. Угасание. Обобщение. Дискриминация. Инструментальное обусловливание. Подкрепление при потреблении продукта. Маркетинговые применения теорий познания.

Мотивация и личность потребителя как основа управления потребителем поведением. Динамика процесса мотивации. Сущность мотивации потребителя. Мотивационная теория и маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте.

Основные направления изучения эмпирических аспектов потребления (эмоций, чувств, фантазий, удовольствий) Э. Хиршман и М. Холбрук. Определение эмоций, взаимосвязь эмоций с понятиями аффект, гедонизм, настроение. Социальный характер эмоций. Типологизация эмоций (классификации Платчика, Эделл и Бурке, модель PAD Холбрука и Барра, модель CES Ричинс, круговая структура Ватсона). Методы измерения эмоций. Личность. Основные теоретические подходы к изучению личности.

Установка: понятие и структура. Доступность, устойчивость и сопротивляемость установок. Одномерные и многомерные модели установок. Понятие вовлеченности (involvement). Свойства отношений. Изучение отношений потребителей. Маркетинговые коммуникации как средство формирования и изменения установок.

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний, навыков и компетенций по вопросам текущего и перспективного финансового планирования, формирования и использования денежных фондов, организации денежного оборота, сбалансированности материальных и финансовых ресурсов; поддержания эффективной структуры капитала; контроля за поступлением и использованием денежных средств.

Задачи дисциплины:

- изучение существующих подходов (отечественные и зарубежные) к управлению операционными активами, капиталом и стоимостью компании;
- изучение методического аппарата финансового менеджмента и возможности его применения на практике;
- подготовка студента к выбору подходов для принятия инвестиционных и финансовых решений в условиях риска и неопределенности;
- развитие стремления к дальнейшему самостоятельному познанию теории и практики финансового менеджмента;
- научить студента рассчитывать стоимость капитала и размер денежного потока для оценки инвестиционных проектов.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и сущность финансового менеджмента. Функции финансового менеджмента. Функции финансового менеджмента как субъекта управления и специальные функции. Цели и задачи финансового менеджмента. Внешняя экономическая среда бизнеса.

Финансовый менеджер как посредник между фирмой и различными видами инвесторов и рынков.

Понятие финансовой отчетности. Формы и принципы построения финансовой отчетности. Балансовый отчет и его роль в финансовом менеджменте. Формы представления баланса. Отражение в балансе стоимости активов, обязательств и капитала фирмы. Балансовые уравнения. Отчет о финансовых результатах фирмы и его содержание.

Понятие и виды денежных потоков. Методы формирования отчета о движении денежных средств. Содержание отчета о движении денежных средств (cash flow statement). Законодательное регулирование отчета о движении денежных средств. Взаимосвязь денежных потоков предприятия. Анализ денежных потоков для принятия управленческих решений. Свободный денежный поток. Правило тождества, или баланса денежных потоков.

Сущность и методы финансового анализа. Финансовые коэффициенты. Оценка результатов деятельности фирмы. Финансовый анализ как элемент финансового менеджмента. Цели и этапы финансового анализа. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости. Анализ кредитоспособности и ликвидности баланса. Анализ эффективности использования оборотных активов. Анализ финансовых результатов деятельности.

Процесс формирования капитала фирмы. Понятие и классификация капитала. Управление капиталом. Понятие и меры по обеспечению финансовой гибкости фирмы. Управление финансовым капиталом. Управление основным капиталом. Управление процессом формирования капитала. Управление рисками и оценка эффективность управления капиталом. Управление стоимостью капитала.

Понятие чистого оборотного капитала и его роль в управлении финансами. Норматив собственных оборотных средств его сущность и значение в обеспечении непрерывности и ритмичности хозяйственных процессов. Организация и принципы управления денежными потоками фирмы.

Состав доходов компании. Методы учета денежной выручки от реализации продукции. Критический объем реализации продукции. Методы планирования выручки от реализации продукции. Функции прибыли. Виды прибыли. Показатели рентабельности корпорации.

Теоретические основы дивидендной политики. Факторы, определяющие дивидендную политику. Основные теории дивидендной политики. Порядок расчета и принятия решения о выплате дивидендов. Виды дивидендных выплат и их источники.

Методы оценки риска. Анализ статистических данных по прошлым неблагоприятным событиям. Теоретический анализ структуры причинно-следственных связей процессов. Экспертный подход.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Цель дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.

Задачи:

-сформировать навыки организации и проведения маркетинговых и социологических исследований;

-развить навыки подготовки аналитических справок, обзоров, прогнозов и отчетов;

-сформировать понимание различий между качественными и количественными методами исследований;

-развить навыки критической оценки теории и концепции исследования рынка.

Краткое содержание дисциплины:

Основ маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как функция маркетинга. Сущность и значение маркетинговых исследований для принятия управленческих решений. Классификация и принципы маркетинговых исследований. Организация и проблемы, связанные с проведением маркетинговых исследований.

Первичные/вторичные, качественные/ количественные данные. Базовые процессы, лежащие в основе всех исследовательских программ. Методы сбора первичного исследования. Опрос, панельные исследования. Наблюдение, эксперимент, экспертные оценки.

Развитие навыков проведения вторичных исследований и правила написания отчетов: чтение, редактирование, доработка, представление.

Виды количественных опросов. Понятие выборки. Надежность и точность исследования. Дизайн исследования. Составление анкеты. Требования к анкете. Анализ данных. Виды вопросов. Шкалирование. Переходы. Требования к вопросам. Кодировка открытых вопросов (правила, виды, автоматизация, проверка). Обогащение данных (что может добавляться к опросным данным, как объединять данные и что учитывать в анализе).

Сложные виды анализа (кластерный, факторный, анализ остатков, регрессии) - обзор, применение, визуализация. Выводы: какие выводы можно и нужно делать из опросных данных. Типичные ошибки. Допустимые и корректные формулировки. Обоснованные гипотезы. Программы для аналитики (обзор – Excel, SPSS, Statistica и другие).

Числовые сводки; графические сводки; таблицы непредвиденных обстоятельств; Хи-квадрат тест. Отношения. Корреляция. Простая регрессия. Одновыборочные и двухвыборочные t-тесты; Дисперсионный

анализ (ANOVA). Критерий Манна-Уитни/Уилкоксона; Тест Крускала-Уоллиса. Кластерный анализ; Другие методы (например, множественная регрессия; ANCOVA). Обобщение изученного. Разбор примерных экзаменационных вопросов.

Понимание характера сводок и предложений в рамках исследования рынка или любой другой деловой деятельности. Этическая осведомленность. Понимание различных подходов к выборке и их использования в реальных сценариях. Проведение качественного исследования. Подробности о глубинных интервью и фокус-группах. Проведение исследований с использованием фокус-групп. Проведение исследований онлайн. Анализ качественных данных и представление результатов.

Понятие целевого рынка и целевой аудитории. Потребитель и покупатель. Выбор целевой аудитории. Сегментация потребителей. Принципы сегментации. Проведение ad hoc сегментации. Наиболее популярные методы сегментации: Needscope, Censydiam, 6W. Другие источники информации о целевой аудитории (Rusindex, Mediascope).

Как создавать анкеты, разрабатывать вопросы, тестировать анкеты и учитывать форматирование и структуру. Рейтинговые шкалы. Возможность использования рейтинговых шкал в опросниках. Задание. Требования. Система оценки. Использование исследований в различных контекстах.

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины:

формирование у студентов системных представлений о концепции креативной экономики, основных проблемах и задачах роста креативных индустрий, особенностях экономики предприятий данного сектора в России, а также навыков применения таких знаний для решения практических задач бизнеса в сфере креативных индустрий.

Задачи:

- ознакомление с концепциями креативной экономики, методами и подходами к измерению сектора креативных индустрий;
- изучение структуры и особенностей развития креативных индустрий в России;
- формирование понимания особенностей микро и макроэкономики сферы креативных индустрий;
- углубление культуры экономического мышления;
- освоение навыков анализа экономической среды и принятия бизнес решений в сфере креативных индустрий;
- формирование проактивного и предпринимательского подхода к деятельности в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Определение понятия креативная экономика и места дисциплины в учебной программе. Междисциплинарная природа изучения креативных индустрий. Мировые стандарты оценки и отчеты международных

организаций о составе индустрий внутри креативной экономики. Особенности классификации креативных индустрий в РФ. Подходы к измерению креативной экономики: отраслевой подход, измерение по оценке занятости; классификация креативных товаров ЮНКТАД. Методологическая рамка НИУ ВШЭ. Метод картирования. Механизмы оценки стоимости и добавленного продукта в креативной экономике. Основные показатели креативной экономики, их динамика и оценки перспектив.

Креативные индустрии РФ. Концепция развития творческих индустрий в РФ (2021). Емкость внутреннего рынка и экспортный потенциал креативных индустрий в РФ. Методология расчета приближенной оценки вклада креативных индустрий в экономику России (АСИ). Определение видов деятельности, включаемых в расчет. Виды деятельности, исключенные из расчетов. Преобладание импорта над экспортом. Расчет вклада на муниципальном, региональном и федеральном уровнях. Творческие индустрии Москвы. Различия внутри креативной отрасли по размеру рынка, степени инвестиционной привлекательности, экспортному потенциалу, по особенностям осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Инструменты развития креативной экономики. Экосистемы в поддержке креативных индустрий. Кластеры, инкубаторы и иные творческие пространства. Отличительные особенности креативных кластеров. Нишевые маркетплейсы.

Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании. Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике. Digital-объекты в креативной экономике. NFT и цифровые права собственности на виртуальные объекты в креативной экономике.

Особенности экономики предприятий и инвестиций в креативных индустриях.

Методы оценки конкурентоспособности креативного продукта. Методы формирования цены на сервисы и товары в креативной экономике.

Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

формирование у студентов системы знаний о стратегическом маркетинге и планировании в сфере креативных индустрий и освоение инструментария, необходимого для решения задач целеполагания, выработки стратегических решений и их реализации.

Задачи:

- формирование у студентов представления о правилах и приемах построения стратегий, проведения исследований социальных объектов, для планирования действий на рынке на основе анализа полученной информации;
- развитие исследовательских навыков, необходимых для осуществления деятельности в области стратегического маркетинга;

-формирование у студентов практических навыков применения стратегического маркетинга в сфере креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и значение стратегии. Развитие стратегического управленческого мышления. Предмет и метод Стратегического маркетинга. Взаимосвязь Стратегического маркетинга с другими дисциплинами. Роль Стратегического маркетинга в экономическом развитии страны. Стратегический процесс. Цели маркетинговой стратегии. Особенности стратегического маркетингового планирования. Маркетинговая стратегия и маркетинговые мероприятия (коммуникации). Различия между организациями, ориентированными на производство, и организациями, ориентированными на рынок. Влияние последних изменений на стратегии маркетинга. Элементы стратегии. Ключевые компоненты корпоративной, бизнес- и маркетинговой стратегий.

Разработка и реализация маркетинговой стратегии-общее представление о процессе. Процесс разработки и реализации маркетинговой стратегии. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Анализ трех «К» (3 Cs Analysis). Три ценностных критерия. Сеть ценностей (Value Net). Матрица оценки возможностей (Opportunity Evaluation Matrix). Матрица рисков. Матрица SPACE (The SPACE Matrix). Полигон матрицы SPACE. Концепция стратегического планирования Abell. Применение моделей коммуникаций для построения маркетинговой стратегии (AIDA), (DIPDA).

Стратегическое планирование. Взаимосвязи между конкурентной и корпоративной стратегиями. Конкурентная стратегия. Общие стратегии по Портеру. Апробация и доводка общих стратегий. Стратегия оздоровления. Тестирование и оценка стратегических вариантов и выборов. Корпоративная стратегия в однопрофильных организациях. Варианты корпоративной стратегии Ансоффа. Проникновение на рынок. Развитие продукта и расширение рынка. Корпоративная стратегия в многопрофильных организациях. Стратегии сотрудничества. Стратегия сокращения.

Стратегия и структура. Основные элементы организационной структуры. Сложные структуры. Динамичные структуры. Операционные системы. Динамичная культура. Управление стратегическими изменениями. Соппротивление изменениям. Управление стратегическими изменениями: культурологический подход.

Стратегическое позиционирование и операционная результативность. Как совершаются стратегические ошибки. Стратегия и поиск преимуществ. Поиск устойчивости. Стратегия и предназначение. Стратегические парадоксы и динамика стратегии. Глобализация и локализация. Конкуренция и сотрудничество. Контроль и хаос: изменчивость как постоянное состояние. Стабильность и инновации. Прибыльность и ответственность: вопросы корпоративного управления. Стратегическое мышление и стратегическая деятельность.

Основы управления стратегическим маркетингом. Планирование в системе стратегического маркетинга. План-программа работы со стратегиями

в деятельности предприятия. Стратегический и оперативный планы. Информационное и коммуникационное обеспечение управления стратегическим маркетингом. Основные элементы информационного обеспечения управления стратегическим маркетингом. Принципы формирования и использования информации. Коммуникационные каналы. Контроль в стратегическом маркетинге. Объекты контроля. Современные концепции внутрифирменного управления. Рыночные системы и принципы управления предприятием. Функции и принципы управления. Служба маркетинга на предприятии, организационные структуры, основные задачи и функции. Риск в предпринимательстве. Виды рисков. Условия принятия решений. Страхуемые и нестрахуемые риски. Риски, страхуемые в страховых компаниях. Нестрахуемые риски предприятия. Принципиальная схема анализа шансов-рисков. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия в условиях стратегического маркетинга. Концепция стратегического маркетингового анализа. Методы стратегического маркетингового и финансового анализа. Бизнес-план и его связь с программой стратегического маркетинга. Задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана.

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Цель дисциплины:

формирование теоретических знаний и практических навыков в области управления персоналом с учетом современных концепций, теорий, методов и моделей, позволяющих расширить представления и понимание ключевых аспектов управления людьми в отдельных сферах деятельности.

Задачи:

- выделить основные принципы и методы построения системы управления персоналом;
- изложить концепцию управления персоналом в рыночных условиях;
- изучить систему управления персоналом, изложить основы организационного проектирования и построения системы управления персоналом организации, методы формирования целей, функций, организационной структуры системы управления организации; - сформировать понимание особенностей управления персоналом в креативной индустрии, в креативных подразделениях или в креативных проектных группах;
- рассмотреть вопросы кадрового, информационного и технического, нормативно-методического, правового и делопроизводственного обеспечения системы управления персоналом в компании.

Краткое содержание дисциплины:

Определение сущности, содержания, принципов, методов, инструментов управления человеческими ресурсами организации в конкретных условиях ее функционирования в сфере креативных индустрий. Разработка кадровой политики и кадровой стратегии с учетом объективных и субъективных факторов, оказывающих влияние на функционирование и

развитие системы управления организацией в сфере креативных индустрий. Взаимосвязь кадровой политики и кадровой стратегии с этапами жизненного цикла организации в сфере креативных индустрий. Основные особенности кадровой политики и практики в креативных индустриях. Особенности управления персоналом на проектных формах работы. Особенности управления персоналом творческих профессий.

Управление численностью персонала: планирование требуемой численности в сфере креативных индустрий. Управление организационными структурами. Планирование найма. Оптимизация численности. Высвобождение персонала. Методология планирования потребности в человеческих ресурсах в сфере креативных индустрий. Маркетинговые исследования рынка труда.

Разработка и реализация стратегии поиска и отбора сотрудников в сфере креативных индустрий. Понятие ценностного предложения работодателя. Элементы EVP. Методы поиска и отбора сотрудников. Жизненный цикл кандидата. Источники и каналы поиска кандидатов. Инструменты отбора. Сравнение эффективности различных инструментов отбора. Воронка отбора. Оценка эффективности процессов привлечения и отбора персонала в организацию в сфере креативных индустрий. Практические аспекты поиска работы на рынке труда в креативных индустриях – типичные каналы и методы поиска работы, резюме, письмо, портфолио. Хард скиллз и софт скиллз.

Развитие человеческих ресурсов организации как часть развития организации. Система развития персонала в системе управления персоналом организации. Цели, задачи, принципы развития человеческих ресурсов в организации в сфере креативных индустрий.

Программы трудовой адаптации. Развитие персонала как средство достижения стратегических целей организации. Обучение и развитие персонала как средство повышения ценности человеческого капитала организации. Обучение и развитие персонала как инструмент проведения организационных изменений. Теория человеческого капитала и современные подходы к развитию персонала в организации. Понятия развития, обучения, образования, научения и их взаимосвязь. Понятие компетенции. Модель компетенций организации. Содержание понятия «компетенция». Использование модели управления по компетенциям в управлении развитием персонала организации в сфере креативных индустрий. Разработка и реализация модели компетенций. Оценка персонала с помощью модели компетенций. Методы оценки компетенций и их сравнительная надежность. Цели, задачи, критерии, методы и инструменты оценки персонала в организации. Инструменты развития человеческих ресурсов организации: Модель 70-20-10. Формальное обучение. Обучение на рабочем месте. Коучинг и наставничество. Особенности обучения взрослых – андрагогика. Цикл обучения Д.Колба. Оценка отдачи от корпоративного обучения - модель Д.Киркпатрика-Филлипса.

Сущность организационной культуры, ее функции и структура. Концепция и типы организационной культуры. Символический,

подповерхностный и глубинный уровни организационной культуры. Сильная и слабая организационная культура. Организационная культура как объект управления. Методы формирования, поддержания и изменения организационной культуры. Понятие конфликта в организации в сфере креативных индустрий. Сущность и признаки конфликта. Причины и условия протекания организационных конфликтов. Функции, этапы и типы организационных конфликтов. Методика и принципы исследования конфликтов. Диагностирование, прогнозирование и профилактика конфликтов в сфере креативных индустрий.

Теоретические основы мотивации к труду: понятие мотивации, содержательные и процессуальные теории мотивации. Эволюция взглядов на мотивацию персонала. Внешняя и внутренняя мотивация. Подходы к анализу мотивации. Структура общего вознаграждения персонала: оплата труда, неденежное и нематериальное вознаграждение. Источники информации о вознаграждении на рынке труда. Управление оплатой труда: базовая и переменная части оплаты труда. Управление результативностью деятельности (Performance management). Краткосрочное и долгосрочное вознаграждение. Неденежные элементы вознаграждения: виды и инструменты. Нематериальное вознаграждение: виды и инструменты.

Подходы к оценке эффективности управления ЧР: метрики, KPI. Будущее HR функции в организациях. Информационные технологии в управлении человеческими ресурсами: автоматизация, цифровизация, искусственный интеллект.

Понятие и виды высвобождения персонала. Система мероприятий по высвобождению персонала. Направления поддержки высвобожденного персонала.

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины:

формирование у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области кросс-культурного менеджмента.

Задачи дисциплины:

сформировать представление о современном состоянии и тенденциях развития кросс-культурного менеджмента в условиях глобализации; проанализировать специфику поведения сотрудников, в условиях разных деловых культур и систем ценностей; изучить ключевые аспекты кросс-культурной коммуникации; проанализировать основные причины межкультурных конфликтов в организации и пути их предотвращения; сформировать представления о национальных стилях управления; изучить особенности формирования международных команд.

Краткое содержание дисциплины:

Введение в дисциплину. Концепция деловой культуры в кросс-культурном менеджменте. Кросс-культурный менеджмент и формирование организационного поведения как искусство выстраивания отношений на стыке деловых культур. Национальные деловые культуры и организационное

поведение: критериальная база международных сопоставлений. Ключевые параметры национальной культуры. Базовые критерии межкультурных различий в работах Дж. Дистефано, К. Клакхона и Ф. Стродтбека, Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеде, Р. Льюиса. Культурный профиль отдельных стран. Учет национальных стереотипов в деятельности менеджера международной компании. Основные подходы к классификации параметров национальной деловой культуры. Характер влияния национальной культуры на модель организационного поведения. Институциональный подход в кросс-культурном менеджменте. Понятие институционализма в работах отечественных и зарубежных исследователей. Два периода в развитии институциональной теории: традиционная теория и неоинституционализм. Эволюционный подход Дж. Гэлбрейта. Изучение современных реальных процессов развития и перемен. Системные исследования состояния и развития крупных корпораций как одна из главных проблем институциональной теории. Кросс-культурные коммуникации в международном контексте. Образы, имиджи и стереотипы в межкультурной коммуникации в международном культурном обмене. Социально-психологический аспект межкультурной коммуникации. Модели межкультурных коммуникаций. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах. Особенности управления кросс-культурными конфликтами. Нарушение эффективности кросс-культурных коммуникаций и столкновение поведенческих стереотипов как базовые проблемы, лежащие в основе кросс-культурных конфликтов. Основные этапы и принципы разрешения конфликта. Альтернативные подходы к улаживанию конфликта: стратегия адаптации и развития толерантности, стратегия «перемешивания» или структурной интервенции, стратегия управленческой интервенции, стратегия отсечения.

ПЛАНИРОВАНИЕ, РАЗРАБОТКА И АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Цель дисциплины:

формирование у студентов базовых знаний о рекламной стратегии и медиапланировании, изучение возможностей практического применения рекламы в качестве ключевого средства коммуникации в потребительском маркетинге.

Задачи:

- изучить назначение и функции рекламных агентств и их сотрудников;
- сформировать представление об основных задачах, связанных с планированием и проведением рекламных кампаний потребительских товаров и услуг;

развить навыки проведения исследований, необходимых для анализа аудитории и эффективности рекламы в СМИ.

Краткое содержание дисциплины:

Базовые определения и понятия. Определение понятия «рекламная кампания». Основные признаки рекламных кампаний. Виды рекламных кампаний. Принцип маркетинга «продвижение». Ситуация на рынке - основа

для разработки идеи рекламной кампании. Коммуникационные цели. Организация рекламной кампании на различных этапах деятельности компании. Понятие рекламной стратегии и составляющие ее элементы. Важность выбора стратегических решений. Рекламная идея: методы разработки и связь с целевой аудиторией. Функции рекламной кампании: разработка, производство, размещение. Основные этапы разработки и реализации проекта рекламной кампании. План рекламной кампании. Отдельные рекламные мероприятия. Роли отдела рекламы предприятия и рекламного агентства в организации и проведения рекламной кампании. Управление процессом реализации рекламных кампаний. Контроль за проведением рекламной кампании.

Аналитический этап рекламной кампании. Ситуационный анализ: методы анализа ситуации, сложившейся на реальном сегменте рынка. Анализ деятельности фирмы: выбор методов, оценка деятельности, выбор стратегий. Выявление положительных и отрицательных сторон рекламной деятельности. Анализ конкурентной среды: выбор методов, реализация, обработка результатов. Исследование опыта конкурентов и их проведения коммуникационных кампаний. Анализ потребителей: выбор методов сбора информации, проведение исследования, обработка результатов, выбор стратегии охвата рынка. Изучение целевых аудиторий. Факторы системы определения целевой аудитории.

Понятие «объект рекламной кампании». Выбор объектов и постановка задач рекламной кампании. Стереотипы потребителей. Анализ стереотипов по отношению к объектам рекламной кампании. Технологии и стратегии позиционирования товара или фирмы. Разработка концепции рекламируемого товара, определение концепции рекламной кампании. Рационалистические стратегии: родовая рекламная стратегия; стратегия преимущества; стратегия «уникального торгового предложения» Р. Ривса; стратегия позиционирования Э. Райза и Д. Траута. Проекционные стратегии: стратегия «имидж марки», стратегия «резонанс», аффективная стратегия. Выбор стратегии рекламной кампании в зависимости от специфики рекламного продукта.

Функция размещения: базовые понятия, значение, роль обратной связи, шум коммуникации. Особенности каналов передачи информации. Виды рекламных обращений. Видео-аудио-реклама. Модульная и статейная реклама. Наружная реклама. Процесс выбора средств распространения рекламы. Критерии выбора рационального канала распространения рекламных посланий. План-график размещения. Виды медиастратегий. Перечень средств массовой информации. Оценка эффективности контакта с рекламными обращениями. Составление медиаплана.

Формула AIDA, основы формулы, цели и задачи. Написание текстов по формуле AIDA. Иные формулы написания рекламных текстов. Разбор примеров текстов по формуле AIDA.

Методы анализа эффективности рекламной кампании. Экономическая эффективность рекламы. Показатели экономической эффективности рекламы. Формулы для расчета экономического эффекта. Проблемы измерения

экономической эффективности рекламы. Коммуникативная эффективность. Методики определения коммуникативной эффективности рекламы. Методы предтестирования: фокус-группы, эксперименты по продаже, метод сравнения в парах и др. Методы посттестирования: тесты на запоминание, тесты на убедительность, подсчет непосредственных откликов, физиологические тесты. Показатели Р. Ривса «внедрение» и «вовлечение в потребление». Метод Гэллапа-Робинсона и метод Старча для оценки узнаваемости и запоминаемости рекламных обращений.

ПСИХОЛОГИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

Совершенствование имеющихся и формирование у студентов новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и событийного менеджмента.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основами психологии креативной деятельности, возможностями использования психологических знаний в предстоящей профессиональной деятельности;
- формирование у студентов установки на активное использование положений и рекомендаций научной психологии креативной деятельности во время обучения и в дальнейшем, а также интереса к повышению уровня своей психологической компетентности;
- формирование знаний о тенденциях и закономерностях развития креативной деятельности, о факторах внешнего и внутреннего (по отношению к организации) характера, определяющих эффективность креативной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.

Введение в психологию. Предмет и объект психологии. Определение и структура психики: психические процессы, состояния и свойства личности. Креативные индустрии в России и мире: состояние, развитие и проблемы управления развитием. Понятие и классификация креативных индустрий. Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий. Проблемы и барьеры развития творческих (креативных) индустрий.

Методы психологии креативных индустрий.

Понятие «методология». Уровни методологии. Основные функции методологии. Методологические принципы научного исследования. Задачи исследования в психологии. Понятия «метод» и «методика» в психологии. Общие требования, предъявляемые к методам психологического познания человека. Классификации методов.

Психология искусства, воображения, креативности.

Специфика и различия понятий искусство, воображение, креативность и творчество. Актуальные проблемы психологии искусства. Проблематика психологии искусства в работах Л.С. Выготского. Понятие о воображении, его основных видах и процессах. Диагностика воображения. Тематический

апперцептивный тест Г. Мюррей. Рисунок несуществующего животного. Психология креативности. Концепция креативности Дж. Гилфорда и Э. Торренса. Этапы креативного процесса. Личностные качества креативных людей.

Психология креативных профессий.

Психологические особенности специалистов творческих профессий. Талант и гениальность. Профессионально-важные качества представителей креативных профессий. Личностные и психоэмоциональные особенности людей творческих профессий. Мотивация и профессиональная продуктивность людей творческих профессий. Профессиональные кризисы, утрата вдохновения и эмоциональное выгорание специалистов творческих профессий.

Психология восприятия потребителей креативных индустрий.

Классификация креативных товаров. Психология восприятия. Определение и свойства образов восприятия. Сенсорные феномены в восприятии. Восприятие пространства. Индивидуально-психологические и культурно-исторические детерминанты восприятия. Психопатология восприятия. Психология ценностей современных потребителей. Терминальные и инструментальные ценности – проблемы влияния.

Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.

Психология потребителя. Исследование процесса принятия потребительских решений. Психологические механизмы потребительского поведения: подражание, заражение, внушение. Принципы принятия потребительских решений. Структура принятия потребительского решения: мотив, реакция на контекст, эмоции. Мотивация потребления и мотивирование потребителей. Мотивирование, зависящее от типа потребности.

Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.

Психологический аспект работы с людьми с ОВЗ. Внедрение инклюзивных практик в сфере креативных индустрий. Реализация на территории Российской Федерации международных событийных проектов спортивной направленности с участием людей с особыми потребностями.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ПР-КАМПАНИИ

Цель дисциплины:

знакомство с теорией и основными концепциями связей с общественностью, формирование у студентов ключевых для PR деятельности личностных и социальных навыков.

Задачи:

-сформировать представление о роли и особенностях планирования PR в комплексе маркетинговых коммуникаций;

-познакомить студентов с теорией и базовыми принципами организации современной индустрии связей с общественностью;

-развить у студентов понимание разницы между различными видами СМИ;

-показать силу влияния медиа на бизнес и покупателей;

-познакомить с объектами и субъектами PR-деятельности;

-развить навыки критического мышления, анализа и интерпретации стратегии коммуникационной кампании, работы в команде.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет связей с общественностью в современном менеджменте. Определение PR. PR как коммуникация. Основные задачи, решаемые средствами PR в менеджменте. Отличия PR от маркетинга и HR. Понятия имиджа, репутации, паблисити, общественности, общественного мнения. Основные направления PR.

Типология современных масс-медиа. Характерные особенности и задачи телевидения, радио, газет, интернет-медиа. Структура масс-медиа, основные позиции и задачи сотрудников в структуре масс-медиа. Национальная специфика рынка масс-медиа и их работы в различных странах.

Корпоративная репутация/этика. Стратегия и постановка целей. Планирование PR: общественность, целевые сообщения и СМИ. Стратегия. Тактика. Модель PESO.

Сущность, предмет и объект антикризисного пиара. Сущность и виды кризисов организации. Базовые функции и методы антикризисного пр. Кейсы и реальные примеры.

PR-тренды и менеджмент (вызовы). Аналитика и факты. Метавселенные. Комьюнити. Подкасты. Личный бренд. Каналы продвижения.

Этапы PR-стратегии: аналитический, организационный, этап реализации, оценка эффективности. Разработка стратегии: целевая аудитория, анализ конкурентов, позиционирование, ключевые сообщения, каналы коммуникации. Количественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Качественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Показатели эффективности digital-коммуникаций.

Работа на международном уровне над имиджем компании. Баланс местного и международного. Системы отчетности и бюджетирования. Имидж компании. Как корпоративный PR помогает заработать конкурентное преимущество. Инструменты корпоративного PR. Инструменты лоббирования: как компании продвигают свой бренд на политической арене. Инструменты лоббирования.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ АНАЛИЗА ДАННЫХ И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Цель дисциплины:

формирование научного представления о современных методах интеллектуального анализа данных; приобретение знаний о принципах и алгоритмах, лежащих в основе современных интеллектуальных систем анализа данных; овладение технологиями и методиками сбора, предварительной подготовки и анализа экспериментальных данных;

приобретение практических навыков работы с конкретными программными средствами интеллектуального анализа данных; изучение основ теории управления проектами анализа данных и машинного обучения, специализированных методов искусственного интеллекта, применяемых для обучения на известных данных, получение навыков практического решения задач.

Задачи дисциплины:

изучить математические методы машинного обучения как на основе классических, так и на основе новых методов для глубокого понимания, взаимосвязей, достоинств и ограничений решаемых задач; рассмотреть основные задачи машинного обучения на основе технологий и методов искусственного интеллекта; овладеть современными программными средствами машинного обучения и способами обучения ЭВМ для анализа данных; отразить примеры прикладных задач применения теории машинного обучения на основе современных технологий и подходов.

Краткое содержание дисциплины:

Управление проектами. Управление данными. Алгоритмы интеллектуальной обработки больших объемов данных. Аналитические платформы Data Mining. Методы и теоретические положения машинного обучения как класс методов искусственного интеллекта. Определяются области применения современных методов машинного обучения, типы и способы обучения в процессе применения решений множества сходных задач.

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОМАНДНАЯ РАБОТА И ЛИДЕРСТВО

Цель дисциплины:

усвоение сущности и методов научного подхода к теоретическому и практическому решению проблем лидерства в организациях на всех уровнях управления, формирование умений и навыков командообразования и работы в команде, воспитание качеств конструктивного межличностного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

способствовать формированию у менеджеров системного лидерского мышления; способствовать в выборе наиболее адекватных моделей и концепций лидерства при решении конкретных задач менеджмента; помогать менеджерам в самопознании и познании собственного эмоционального интеллекта как основы успешного лидерства и понимания других людей; способствовать менеджерам в развитии своего трудового потенциала и эмоционального интеллекта, индивидуального и группового потенциала подчиненных ему работников; способствовать менеджеру в формировании высокопродуктивной команды и поддержании ее продуктивности; способствовать менеджеру в налаживании эффективных коммуникаций в группе, этичном поведении и использовании моральных критериев при принятии решений; способствовать менеджерам в диагностике и исправлении девиантного поведения работников и групп и урегулировании конфликтов;

выступать в роли лидера, возглавляемого им подразделения; изучение основ командообразования, структуры команды и командного тренинга, изучение необходимых методов и способов работы в команде и её формировании, определение основной роли команды и ее основных функций, изучение основ взаимодействия в команде, эффективное принятие решений в конфликтных ситуациях и проблем в команде; выработка у обучаемых способности: ознакомить с содержанием основных подходов к командообразованию как к методу организационной психологии; познакомить с основными, принципами, методами и приемами создания команды; научить студентов умениям разрабатывать программу тренинга командообразования.

Краткое содержание дисциплины:

История зарождения и развития психологии лидерства. Концепции лидерства. Инструментарий лидера. Работа лидера с командой. Концепции лидерства. Профессионализм и личностные качества лидера. Работа лидера по выявлению и устранению девиаций в поведении сотрудников и конфликтов в организации. Понятие, характеристики и функции эффективной команды. Типы команд и стадии формирования, размер команды, ролевая структура команды; руководитель команды, диагностика членов команды. Организация и координация работы в команде, взаимодействие с другими командами и/или внешними партнерами. Планирование деятельности команды. Методический подход к формированию команд. Основные типы распределения функций в команде. Командный тренинг. Корпоративная культура организации, индивидуальность членов команды, взаимодействия в команде, содержание задачи или проекта. Типы конфликтов и эффективность работы команды.

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины:

формирование у студентов навыков планирования и реализации проектов в области креативной экономики и креативных индустрий, а также расширение теоретических знаний в области функционирования креативной экономики.

Задачи:

- углубление знаний о креативном секторе экономики, его структуре и особенностях;
- формирование навыков планирования и реализации бизнес-проектов в сфере креативных индустрий;
- формирование навыков поиска и анализа информации, связанной с ресурсным обеспечением проектов в области креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

Принятие решений в управлении техническими системами. Принятие решений в управлении биологическими системами. Принятие решений в управлении социальными системами.

Принципы работы головного мозга и субъектные факторы принятия решений. Рациональность в принятии решений, в том числе в сфере

креативных индустрий. Эвристики в принятии решений, в том числе в сфере креативных индустрий. Ограничения процессов переработки информации.

Роль индивидуальных различий в принятии решений. Личность и принятие решений. Интеллект и принятие решений. Индивидуальные стили деятельности. Стили принятия управленческих решений, в том числе в сфере креативных индустрий.

Субъект принятия управленческих решений. Разнообразие и роль принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий. Специфика управленческих решений. Факторы принятия управленческих решений.

Одномерные классификации управленческих задач. Типология проблемных ситуаций. Модели принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий. Нормативный и дескриптивный подходы к анализу управления.

Нормативное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Дескриптивное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Принятие групповых управленческих решений.

ПРОДЮСИРОВАНИЕ И МАРКЕТИНГ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины:

формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области особенностей продюсерской деятельности и ее возникновения, применения продюсирования в креативных индустриях, а также маркетинга проектов.

Задачи:

- ознакомить студента с историей возникновения, особенностями, направлениями и видами продюсирования в креативных индустриях;
- изучить основы, цели и задачи продюсирования;
- сформировать у студента представление об особенностях маркетинге проектов в области креативных индустрий;
- определить роль фандрайзинга в продюсировании проектов и организаций креативных индустрий;
- сформировать навыки составления плана продвижения проектов в области креативных индустрий;
- сформировать комплекс навыков и умений участия в предпринимательстве и в управлении проектами в области креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

Определение понятия Продюсер в Гражданском кодексе РФ (ст 1240, 1263). Изучение практического использования и применения таких понятий, как продюсирование, продюсерская деятельность. Цель продюсирования, задачи продюсирования. История возникновения продюсерской деятельности.

История развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Обзор современных проблем и текущих задач продюсерской деятельности.

Типология и классификация культурных проектов. Особенности правового режима для продюсирования в сфере креативных индустрий. Авторские права. Франшиза. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства в РФ в отношении к креативным индустриям. Особенности продюсирования в кинематографе: основы кинопроизводства. Российский процесс кинопроизводства. Зарубежные организационные схемы кинопроизводства. Материальная база кинопроизводства. Кинопрокат.

Особенности продюсирования:

- в шоу-бизнесе
- в театральной деятельности
- в телевизионной индустрии
- в сфере компьютерных игр
- в инфобизнесе

Роль и обязанности продюсера. Его профессиональные качества. Основы фандрайзинга, цель, задачи, методы. Обзор опыта фандрайзинга для креативных индустрий. Планирование фандрайзинга. Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга. Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий. Краудсорсинг и краудфандинг в креативных индустриях. Kickstarter и Indiegogo. eurocrowd.org. Planeta.ru. Мэтчфандинг.

Особенности рынков для продуктов креативной индустрии по отраслям. Особенности российских рынков. Источники информации и данных о рынках для формирования продюсерской концепции. Методы поиска бизнес-идеи и творческой идеи. Поиск и разработка идеи на примере киноиндустрии и рынка кинопроката РФ. Обзор основных показателей рынка, их прогнозирования. Структура зрительских предпочтений. Характеристика базы кинопроката. Обзор правовых особенностей рынка. Тренды и тенденции развития кинопроизводства и спроса на продукцию. Особенности кинопроизводства в РФ, структура издержек кинопроекта. Выбор прикладных программ, логистика принятия решений по выбору цифровых продуктов для производства продукта в киноиндустрии. Генерация продюсерских идей для кинопроекта. Необходимость изучения особенностей жанров. Способы оценки жизнеспособности и прогнозирования эффективности идей.

Продюсерский проект. Этапы продюсерского проекта. Основные инструменты формирования продюсерского проекта. Выстраивание бизнес-стратегии будущего продюсерского проекта в области креативных индустрий. Маркетинговая стратегия проекта. Использование анализа данных SPSS. Привлечение финансирования на проекты в области креативных индустрий. Особенности привлечения внешнего финансирования проектов и работы с государственными грантами. Питчинг проекта в креативных индустриях – особенности и технология презентации. Авторские права при разработке проектов. Особенности разработка бизнес-плана проекта для креативных индустрий. Оценка затрат и знакомство со структурой типичных расходов для нескольких видов проектов. График реализации

проекта. Управление рисками. Особенности монетизации проекта в креативных индустриях. Прогнозирование и оценка фактических финансовых результатов проекта.

Маркетинговые стратегии проектов. Ключевые инструменты продвижения в креативных индустриях. PR-технологии. Виды PR-технологий. GR-связи. Технологии GR. Этапы GR в продвижении проекта. Новые медийные технологии в продвижении продюсерского проекта. Разработка коммуникационной кампании проекта. Выбор каналов продвижения.

МЕНЕДЖМЕНТ НАСЛЕДИЯ И АРТ-ПРОСТРАНСТВ

Цель дисциплины:

формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области трансформации мышления и отношения к историческому наследию, а также управления, сохранения и развития объектов культурного наследия.

Задачи:

- ознакомить студента с особенностями арт-менеджмента в социокультурной сфере;
- изучить цели и задачи управления наследием и арт-пространствами; - сформировать у студента представление об управлении в социокультурной сфере;
- научить студента ориентироваться в законодательной базе в области наследия и арт-пространств;
- определить роль наследия в современном обществе и научить студента создавать стратегии по привлечению человеческого потенциала;
- изучить профессиональные навыки и культуру арт-менеджера;
- сформировать видение о проблемах менеджмента и маркетинга в области наследия и арт-пространств.

Краткое содержание дисциплины:

Изучение таких понятий, как культурное наследие, всемирное наследие. Конвенция о всемирном наследии. Стратегические указания Комитета всемирного наследия. Конвенция ЮНЕСКО. Цели и задачи управления наследием и арт-пространствами. Зачем нужно управлять ими? История развития арт-менеджмента в России и за рубежом.

Менеджмент музыкального искусства. Менеджмент киноискусства. Менеджмент музейного дела, выставок и галерей. Менеджмент и реставрация. Менеджмент культурно-досуговой деятельности. Менеджмент изобразительного искусства. Научный туризм. Роль историко-культурного наследия в образовании и воспитании. Профессиональная деятельность и культура менеджера в социокультурной сфере. Подготовка профессиональных кадров для арт-сферы. Изучение и применение информационно-коммуникационных технологий в области наследия и арт-пространств.

Правовая основа в сфере наследия и арт-пространств, ключевые особенности. Типы законодательств, общеприменимые для культурного

наследия. Конституционные указы. Национальное, региональное или местное законодательство, международное законодательство. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента в России. Государственное регулирование и негосударственная поддержка современного арт-бизнеса. Основные проблемы развития законодательной базы в области охраны наследия в России.

Изучение термина «наращивание потенциала». Целевые аудитории и области знаний в сфере наследия и арт-пространств. Разработка стратегий по привлечению человеческого потенциала в этой сфере. Мероприятия по увеличению человеческого потенциала в сфере наследия и арт-пространств.

Управление объектами культурного наследия. Сохранение и развитие объектов наследия и арт-пространств. Подходы к сохранению и управлению наследием и арт-пространствами. Объединяющий подход. «Новая парадигма для охраняемых территорий» Андриан Филлипс. Руководство по планированию управленческой деятельности на охраняемых территориях. Комплексный подход. Интерактивный подход. Системы управления наследием и арт-пространствами.

Маркетинг и культура. Принципы маркетинга в сфере наследия и арт-пространств. Современные проблемы маркетинга в сфере наследия и арт-пространств. Особенности рекламной деятельности данной сферы.

КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

Цель дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний и навыков разработки креативных авторских концепций в сфере рекламной деятельности.

Задачи:

-изучить визуальные языки, методы и процессы в части их применения к рекламной деятельности;

-развить творческое мышление для разработки маркетинговых и рекламных кампаний;

-сформировать навыки интеграции творческих практических решений с теоретическими знаниями в области маркетинга и рекламы;

-развить навыки исследовательской деятельности, а также навыки представления информации различным аудиториям, с использованием разных цифровых платформ;

-развить навыки разработки креативных и дизайнерских концепции, позволяющих наладить эффективное взаимодействие между целевой аудиторией, клиентом и рекламными агентствами.

Краткое содержание дисциплины:

Цели, задачи, структура курса, система оценивания, планируемый результат. История рекламы: как развивалась индустрия (агентские отношения, политика и особенности). Цель креативной рекламы. Роль и карьера в творческой индустрии.

В чем разница креативной рекламы от обычной? Виды рекламы и творческий подход к каждому из них. Обзор теорий творчества и

креативности. А. Пуанкаре, ТРИЗ до конвергентно-дивергентного мышления, явного-неявного взаимодействия к теории хонингования.

Преимущества и недостатки креативной индустрии: эффект неожиданности, сарафанное радио, недорогой вид продвижения. Роль креатива в рекламе. Творческий процесс. Специальные платформы. Эффективность креативной рекламы.

Разработка большой идеи/концепции, подходов. Четыре принципа дизайна. Особенности дизайна креативной рекламы. Использование цвета. Формирование технического задания для дизайнера. Способы восприятия мира вокруг человека. Визуальные метафоры.

Разработка кампаний и непрерывность. Слоганы, заголовки, тэги, подзаголовки. Как создается креативная реклама? Матрица Росситера-Перси. Меры поддержки, востребованные креативным бизнесом. Творчество и креатив в рекламе. Креативный продукт. Формы креатива при создании рекламного продукта. Креативная стратегия рекламы. Текстовая основа. Основы копирайтинга.

Роль цифровых платформ в развитии креативного бизнеса. Ключевые преимущества использования цифровых платформ в креативном предпринимательстве. Универсальные и специализированные цифровые платформы. Роль цифровых платформ в выходе из кризиса, вызванного COVID-19. Готовность креативного бизнеса к дальнейшему использованию цифровых платформ.

Основы международной рекламы и ее развития. Группы участников создания международной рекламы. Экономические причины появления международной рекламы. «Рекламные» причины появления международной рекламы. Глобальная реклама.

Сущность и особенности рекламного рынка в России. Анализ рекламного рынка в России. Проблемы и перспективы развития рекламного рынка в России, а также перспективы развития креативной рекламы в постпандемию.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины:

знакомство студентов с актуальными вызовами в области маркетинговой деятельности, развитие у них ключевых навыков управления, критического мышления и рефлексии.

Задачи:

-формирование представления об основных проблемах в современном маркетинге;

-развитие навыков проведения исследований и поиска нестандартных решений для задач в области профессиональной деятельности;

-развитие навыков использования современных цифровых решений для обработки и анализа информации;

-развитие навыков анализа и решения проблемных ситуаций.

Краткое содержание дисциплины:

Предпосылки возникновения маркетинга. Основные этапы развития маркетинга. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция маркетинга. Развитие маркетинга в России.

Понятие ценность. Понятие о ценности продукта. Виды ценности продукта. Управление ценностью продукта в маркетинге. Управление ценностью - преимущество для компаний. Виды стратегий маркетинга в зависимости от ценности продукта.

Что такое сервис-доминантная логика? Основополагающие предпосылки сервисной логики. Развитие сервис-доминантной логики. Основы служебного языка. Основополагающие принципы Vargo и Lusch. Основа влияния онлайн-культуры.

Понятие и сущность социально-этического маркетинга. Цели и основные элементы социально-этического маркетинга. Концептуальные основы социально-этического маркетинга. Факторы сбалансированности социально-этического маркетинга. Особенности внедрения социально-этического маркетинга. Место и роль социально-этического маркетинга в повышении социальной ответственности бизнеса. Примеры применения социально-этического маркетинга.

История возникновения рекламы. Особенности эволюции современной рекламы. Воздействие печати на эволюционное развитие рекламы. Понятие языковой нормы. Отличие языка рекламы от рекламного текста. Изменение поведения потребителей и его влияние на используемые риторические приемы.

Сущность асимметрии информации. Причины появления информационной асимметрии. Процесс формирования информационной асимметрии. Значение информационной асимметрии. Проблемы, возникающие по причине асимметрии информации. Примеры компаний, которые стремятся преодолевать информационную асимметрию.

Сущность, цель, задачи и функции омниканальности в маркетинге. Отличия омниканальности от многоканальности. Принципы внедрения омниканальности в компанию. Преимущества стратегии омниканальности для бренда. Преимущества стратегии омниканальности для клиента.

Что такое глобальная марка. Причины глобализации. Преимущества глобализации бренда. Недостатки глобализации бренда. Критика маркетинговой практики в развивающихся странах и установление некоторых руководящих принципов. Какое влияние цифровизация оказывает на конфиденциальность потребителей? Значение цифровизации для маркетинга. Общие проблемы и недостатки маркетинга. Основные недостатки потребительского маркетинга. Недостатки интернет маркетинга. Современные тенденции маркетинга. Особенности развития маркетинга будущего.

ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Цель дисциплины:

формирование у обучающихся способности использования методов и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Овладение средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- методические принципы и методы физического воспитания,
- общая и специальная физическая подготовка, физические качества, двигательные умения и навыки,
 - спортивная тренировка,
 - разделы спортивной подготовки,
 - тренированность,
 - формы занятий,
 - структура учебно-тренировочного занятия,
 - разминка,
 - общая и моторная плотность занятия.
 - интенсивность физической нагрузки

Краткое содержание: Массовый спорт, студенческий спорт, спорт высших достижений. Системы физических упражнений и мотивация их выбора, группы видов спорта, новые виды спорта, прикладные виды спорта. Обучения двигательным умениям и навыкам, техническим приемам в избранном виде спорта, индивидуального подхода к применению средств спортивной подготовки и организации и проведения массовых спортивных, спортивно-оздоровительных мероприятий и соревнований по избранным видам спорта.

Профессионально-прикладная физическая культура, ее формы (виды), прикладные умения и навыки, условия и характер труда, основы физиологии труда, производственная физическая культура, физическая культура в рабочее и свободное время, профессиональные утомления и заболевания, профилактика травматизма, профессиональная адаптация и воспитание профессионально важных психофизических качеств и их коррекция. Реабилитационно-восстановительные мероприятия, методы и средства восстановления работоспособности в профессиональной и физкультурно-спортивной деятельности.

ПРОГРАММИРОВАНИЕ И ОБРАБОТКА ДАННЫХ НА PYTHON

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки обработки информации с помощью программирования на Python и использованию интеллектуальных веб-скриптов.

Задачи дисциплины:

- приобретение студентами необходимых знаний о базовых концепциях программирования на Python, в области обработки данных, конструкциях языка Python и технологии разработки программ на Python;
- изучение основных методов сбора и обработки данных в Python;
- выработка умения проектировать и реализовывать веб-скрипты на языке Python;

Краткое содержание дисциплины:

Начало работы в Python. Установка и импортирование библиотек. Элементарные вычисления в Python. Переменные в Python. Типы данных в Python: числовой, целочисленный, логический, строковый. Преобразование типов.

Управляющие конструкции в Python. Построение блок-схемы для понимания структуры кода. Условные конструкции и операторы if-else. Особенности использования оператора elif.

Структуры данных в Python. Списки, кортежи, множества, словари. Изменяемые и неизменяемые типы данных.

Циклы в Python Циклы for и while. Применение циклов к строкам, спискам, кортежам и словарям. Альтернатива коду с циклами: списковые включения.

Функции в Python Устройство функций в Python. Написание простейших функций. Lambda-функции. Исключения. Поиск ошибок в коде и отладка.

Работа с файлами Работа с файлами в Python: открытие, изменение, сохранение. Разные форматы хранения данных: csv-файлы, json-файлы, txt-файлы. Работа с текстами Предварительная обработка текста. Токенизация, лемматизация, стемминг. Обзор возможностей библиотек rumporphy2 и rumpystem3.

Массивы NumPy Массивы vs списки в Python. Работа с массивами NumPy. Применение массивов в анализе данных. Тема 9. Работа с таблицами Работа с файлами Excel: открытие и сохранение файлов. Обзор возможностей библиотеки pandas. Преобразование датафреймов pandas: добавление строк и столбцов в таблицу, фильтрация строк по условиям. Группировка и агрегирование данных. Объединение таблиц.

Визуализация данных Построение графиков функций средствами библиотеки matplotlib. Визуализация качественных и количественных данных с помощью библиотек matplotlib и seaborn. Облака слов и возможности библиотеки wordcloud.

Работа с html-файлами Введение в HTML и элементы веб-дизайна. Извлечение данных из веб-страниц.Парсинг html-файлов в Python с помощью библиотек requests и BeautifulSoup.

Управление браузером из Python Знакомство с инструментом CSS-selector. Установка библиотеки Selenium и драйверов для браузера. Управление браузером с помощью библиотеки Selenium.

Работа с API Знакомство с API. API как источник данных. API Wikipedia. Работа с API социальных сетей на примере ВКонтакте.

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И ВЕБ-ДИЗАЙН

Цель дисциплины: освоение обучающимися интернет-технологий основных технологий Web-дизайна для решения профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

познакомить с общими концепциями и принципами Web-программирования; изучить базовые технологии разработки Web-приложений; подготовить обучающихся к решению профессиональных задач с использованием Web-приложений.

Краткое содержание дисциплины

охватывает следующие разделы: основы создания Web-приложений; использования языка гипертекстовой разметки HTML; использование каскадных таблиц стилей CSS; использование языка программирования JavaScript для создания клиентских Web-приложений; использование языка программирования php для создания серверных Web-приложений; использование системы управления базами данных MySQL; разработка Web-приложений для решения профессиональных задач.

КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области разработки маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории и увеличения продаж в креативных индустриях.

Задачи:

- ознакомить студента с основами контент маркетинга в сфере креативных индустрий, основными понятиями и принципами разработки маркетинговой стратегии;

- изучить способы привлечения целевой аудитории с помощью контент маркетинга;

- научить студента ориентироваться в маркетинговых инструментах и их видах; - изучить особенности продвижения бизнеса компании через контент маркетинг;

- сформировать навыки разработки технического задания для проведения маркетингового исследования.

Краткое содержание дисциплины:

Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса. Понятия контент и контент-маркетинг. Цель и задачи контент-маркетинга и его функционал. Развитие контент-маркетинга в России. Роль контент-маркетинга в бизнесе. Специфика работы.

Основные инструменты контент маркетинга и форматы использования контент-маркетинга брендами. Текстовый контент, видео и аудио контент, визуальный контент, интерактивный контент (прямые эфиры, вебинары). E-mail маркетинг. Интернет-реклама. Медийная реклама. Контекстная реклама. Таргетинг. Лендинги, баннеры. Классификация эффективного контента по Стелзнеру. Обзор популярных социальных сетей. Мониторинг социальных сетей и блогов. Продвижение через социальные сети.

Определение аудитории и ее сегменты. Основные характеристики портрета целевой аудитории. Определение каналов для сегментов. Интересы потребителей. Бренд – как ответ на вопрос потребителя. Принцип «слышать аудиторию» и оперативное реагирование. Привлечение внешней аудитории для создания контента и привлечения целевой аудитории (блогеры, амбассадоры бренда, инфлюенсеры). Способы привлечения аудитории из поисковых систем. Поэтапный процесс определения целевой аудитории. Определение целевой аудитории по методу 5W Марка Шеррингтона. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.

Определение контент-стратегии и ее разработка. Изучение элементов стратегии и ее характеристики для запуска контент-маркетинга. Индивидуализация контента под конкретный бизнес. Customer Journey Map. Воронка продаж и ее этапы. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий.

Эффективность контент маркетинга. Качественная оценка. Метрики контент-маркетинга. Эффективность собственных новостей. Метрики лидогенерации. Проведение аналитики с помощью Google Analytics и Yandex.Metrika. Социальные метрики. Сервисы, позволяющие провести социальные метрики. Метрики трафика. SEO-метрики.

Digital-маркетинг в построении современной бизнес-концепции креативной индустрии. 6D-концепция цифрового маркетинга. Каналы продвижения и инструменты Digital-маркетинга маркетинга. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга. Отличия интернет- и digital-маркетинга.

МАРКЕТИНГ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

Цель дисциплины:

формирование у студентов представления о мобильных технологиях для бизнеса и маркетинга, а также формирование навыков работы в мобильных приложениях.

Задачи:

- формирование у студентов представления о состоянии современного рынка мобильных технологий;
- развитие навыков работы с цифровыми технологиями;
- формирование у студентов практических знаний и навыков применения мобильных приложений и технологий в профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Мобильный маркетинг как цифровая маркетинговая стратегия. Мобильные устройства – основная среда омниканального маркетинга. Для чего нужны мобильные приложения. Какие задачи решают с помощью мобильных технологий. Стратегия для компании: как действовать.

Задачи и примеры реализации систем корпоративной мобильности. Система корпоративной мобильности. Устройства для корпоративной мобильности. Внедрение корпоративной мобильности в компанию. Пандемия

и “второе рождение” корпоративной мобильности. Мобильная безопасность. Перспективы и реалии корпоративной мобильности. Тренд на супераппы. Примеры компаний, которые используют супераппы в бизнесе. Система суперапп. Плюсы и минусы супераппов. Как создать суперапп? WhatsApp и Telegram - не лучшие сервисы для рабочего общения.

Корпоративные каналы и группы в мессенджерах. Социальные сети с игровыми элементами. Социальные сети со структурой компании. Группы в мессенджерах как часть корпоративной культуры управления. Опасности публичных мессенджеров в рабочем общении.

Приложения для групповых обсуждений и онлайн-конференций и их виды. Классификация приложений видеосвязи. Городской номер в кармане. Преимущества и недостатки использования приложений аудио и видеосвязи. Проблемы и перспективы развития аудио и видеосвязи.

Мобильный документооборот. Преимущества и недостатки. Виды приложений мобильного документооборота. Мобильные CRM –задачи и функционал. Ключевые особенности мобильного CRM-приложения. Преимущества и недостатки мобильного CRM. Что такое Service Desk? Как работает Service Desk система? Отличия от help desk системы. Мобильный Service Desk. Преимущества внедрения Service Desk. Мобильный бизнес. Преимущества и недостатки. Приложения для бизнес-планирования.

Бизнес приложения. Роботы-помощники. Какие задачи выполняет виртуальный помощник? Функции виртуального помощника. Преимущества и недостатки роботов-помощников. Программы дистанционного обучения. Мобильная аналитика.

Госуслуги Бизнес – задачи и функционал. Налог РФ. Приложение для самозанятых. Мой налог. Личный кабинет предпринимателя. Проверка чеков ФНС. Мои документы онлайн. Все МФЦ. Преимущества и недостатки сервисов и мобильных приложений государственных органов. Проблемы и перспективы развития.

ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Целью ознакомительной практики является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося и приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности, необходимых для выполнения работы в области менеджмента в сфере креативных индустрий.

Типы задач профессиональной деятельности - организационно-управленческая, предпринимательская.

В соответствии с видами профессиональной деятельности бакалавров данного направления подготовки, **задачами** ознакомительной практики являются:

-ознакомление с планированием деятельности организации и подразделений;

-участие в организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

-участие в разработке и реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

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

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

- планирование и организация разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий;

- участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов;

- подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований предпринимательских задач.

Краткое содержание дисциплины:

Введение: цели и задачи практики. Стратегия и эффективность организации.

Структура организации.

Внешняя среда организации.

Элементы внутренней среды организации: технологии и культура.

Организация финансовой службы в компании (принципы, этапы, нормативно-правовое регулирование деятельности).

Принятие решения об инвестировании (принципы, этапы, нормативно-правовое регулирование).

Посещение организации-работодателя / мастер-класса / отраслевой конференции (форума) / др. мероприятий, развивающих универсальные и профессиональные компетенции.

Защита отчета.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

Цель технологической (проектно-технологической) практики заключается в систематизации, обобщении, закреплении и углублении теоретических знаний и умений, приобретенных обучающимися при освоении основной образовательной программы «Менеджмент в креативных индустриях» и определяется комплексом основных характеристик будущей профессиональной деятельности студентов.

Виды профессиональной деятельности бакалавров, к которым готовятся выпускники:

-организационно-управленческий,

- предпринимательский.

Технологическая (проектно-технологическая) практика направлена на решение следующих основных задач:

- Выявление проблем, формулирование целей и планирование проведения маркетингового исследования в сфере креативных индустрий

- Подготовка и согласование плана по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий
- Определение маркетинговых инструментов исследования
- Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования
- Подготовка и реализация инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий
- Установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования в рамках управления проектом в сфере креативных индустрий
- Планирование и организация разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий
- Участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов
- Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований предпринимательских задач
- Формирование предложений по улучшению системы ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий

Краткое содержание дисциплины:

Подготовительный этап.

Согласование программы практики. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство с организацией. Изучение организационно-управленческой документации. Общая характеристика компании, организационно-правовая форма, цель, стратегия, особенности внешней среды, этап жизненного цикла, тип организационной структуры, основные технологии. Ознакомление со структурой и принципами формирования деятельности компании в сфере креативных индустрий.

Основной этап.

Проведение анализа организации и реализации проектов в сфере креативных индустрий, финансового состояния компании, анализ эффективности инвестиционных проектов компании.

Сбор, обобщение и систематизация информации, необходимой для разработки стратегических, текущих и оперативных прогнозов, планов, бюджетов; осуществления их мониторинга, анализа и контроля хода их выполнения. Анализ и оценка использования принципов интегрированного планирования и бюджетирования. Анализ влияния финансовых и инвестиционных решений на риски и ценность компании.

Оценка финансовых активов, методов принятия решений по инвестированию и финансированию, в том числе в международной среде.

Анализ ценообразования на различные финансовые инструменты.

Экспериментальный этап.

Сбор данных для выполнения индивидуального задания.

Заключительный этап.

Обработка и анализ полученной информации. Подготовка отчета и дневника по практике.

Защита отчета по практике.

Защита отчета и дневника по практике.

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Целью преддипломной практики бакалавров является развитие навыков самостоятельной проектной работы, разработка и апробация на практике оригинальных практических предложений и идей, используемых при подготовке выпускной квалификационной работы.

В процессе прохождения преддипломной практики продолжается подготовка выпускной квалификационной работы, так как на практике студенты должны собрать необходимую информацию, выполнить анализ производственно-финансовой деятельности структурного подразделения, организации и дать обоснование проектной части выпускной квалификационной работы.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи** практики:

- изучение опыта работы исследуемой организации сферы креативных индустрий;
- провести анализ системы управления организации и маркетинговой стратегии;
- изучение действующей системы планирования, организации, методов проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа в организации сферы креативных индустрий;
- сбор и анализ материалов для выполнения ВКР в соответствии с заданием руководителя;
- написание и подготовка к защите отчета по практике.

Краткое содержание дисциплины:

Подготовительный этап.

Обучающиеся знакомятся с целью, задачами, организацией, содержанием практики, образцами документации, требованиями руководителей практики от факультета, кафедр, научных руководителей, распределяются по предприятиям (организациям, учреждениям) – базам практики.

Основной этап.

Обучающиеся окончательно определяют в проблеме, соответствующей запросам исследуемой организации – базы практики.

Согласуют выбор проблемы исследования с темой выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Осуществляется постановка целей и задач исследования, подбор методик, адекватных изучаемой проблеме.

Проводится исследование, первичная статистическая обработка, анализ и интерпретация полученных результатов.

Экспериментальный этап.

Научному руководителю представляется информация о содержании проблемы, над решением которой будет дальше вестись работа, согласуются способы ее решения в соответствии с ключевыми направлениями работы.

Заключительный этап.

Обработка и анализ полученной информации. Подготовка отчета по практике. Защита отчета.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ФРАНЦУЗСКИЙ)

Цель дисциплины:

Цель обучения французскому языку в качестве второго иностранного языка является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Таким образом, обучение французскому языку в Одинцовском филиале МГИМО МИД России является комплексным.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения французскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;
- умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;
- овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);
- изучение всех правил чтения во французском языке;
- умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;
- умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;
- получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;
- получить общее представление о грамматическом строе французского языка, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения

подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;

- овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Содержание дисциплины включает основные тематические разделы:

Лексические темы:

Знакомство; профессии; друзья; путешествия и экскурсии; учеба; изучение иностранных языков; распорядок дня; выходной день, досуг.

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II группы, основных глаголов III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот *il y a*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futur immédiat*.

Ближайшее прошедшее время *Passé immédiat*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.

Условное наклонение глаголов *pouvoir, vouloir, aimer*.

Passé composé.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины:

формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.

- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Фонетика

Род, число существительных и прилагательных, артикли, личные, притяжательные и указательные местоимения, числительные.

Спряжение правильных глаголов

Знакомство

Учеба

Время, часы, дни недели, календарь

Дом, квартира, офис

Распорядок дня

Мои увлечения. Каникулы и праздники

Город, транспорт, поездки, погода.

Питание, покупки.

Проблемы окружающей среды

Европа: настоящее и будущее.

Мир в эпоху глобализации.

Мир, который нас окружает.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ИТАЛЬЯНСКИЙ)

Цель дисциплины:

формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования итальянского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.

- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.

- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.

- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Грамматика

Фонетика

Личные местоимения в итальянском языке

Спряжение глаголов I группы

Спряжение глаголов II и III группы

Определенный артикль

Род и место в предложении имен прилагательных
Ударные личные местоимения
Наречия
Безударные приглагольные местоимения
Притяжательные местоимения
Множественное число существительных
Инфинитив глагола
Безличные глаголы
Исключения во множественном числе существительных и прилагательных
Слитный артикль
Неопределенный артикль
Повелительное наклонение глаголов
Система приглагольных местоимений прямых и косвенных дополнений
Место приглагольных местоимений-дополнений при глаголе в повелительном наклонении
Количественные и порядковые числительные
Глаголы II группы
Степени сравнения наречий
Место наречий при глаголе в устойчивых выражениях
Знакомство
Учеба
Время, часы, дни недели, календарь
Дом, квартира, офис
Распорядок дня
Мои увлечения. Каникулы и праздники
Город, транспорт, поездки, погода.
Питание, покупки.
Проблемы окружающей среды
Европа: настоящее и будущее.
Мир в эпоху глобализации.
Мир, который нас окружает.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины:

включает коммуникативную (практическую), образовательную и воспитательную составляющие, а также развитие целого ряда компетенций, необходимых студенту в его дальнейшей профессиональной деятельности с использованием знаний, умений и навыков иностранного языка (немецкого):

- способность применять второй иностранный язык (немецкий) для анализа современных социальных и международных ситуаций; умение пользоваться справочной литературой на немецком языке в процессе поиска необходимой информации на немецком языке, умение оперировать этой информацией; способность аннотировать и реферировать письменные (печатные) и устные (аудио-) профессиональные тексты на немецком языке в

рамках общественно-политической, общественно-экономической, международно-правовой и других сфер профессиональной деятельности; способность создавать тексты информационного и аналитического характера на немецком языке;

-способность использовать немецкий язык в самообразовании и развитии;

-способность использовать немецкий язык в профессиональной сфере;

-способность привлечь фоновые лингвострановедческие знания для решения профессиональных задач в коммуникативном процессе на немецком языке;

-способность к осуществлению контактов на немецком языке с представителями иных профессиональных сфер;

-владение всеми видами речевой деятельности: чтением, говорением, аудированием, письмом, переводом;

-владение культурой устного и письменного межкультурного общения;

-овладение компенсаторными и рефлексивными умениями;

-владение стилями немецкого языка; способность использовать немецкий язык для подготовки документов международного характера;

-владение культурно-историческими реалиями стран изучаемого языка;

-способность публично выступать в рамках профессионального общения с учетом норм речевого этикета, владение основами лингвистической, социолингвистической и прагматической компетенций;

-формирование у студентов гуманистического мировоззрения, чувства ответственности перед своей страной и народом, расширение общего и профессионального кругозора, глубокое понимание вопросов внутренней и внешней политики России и вопросов международных отношений, уважительное отношение к духовным ценностям, истории, культуре России и других стран, развитие толерантности;

Данные цели достигаются направленностью Программы на обучение различным видам коммуникативных компетенций в рамках тем и сфер общения, предусмотренных программами по годам обучения.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных категорий и понятий.

-формирование и развитие навыков толкования и применения норм права.

-развитие способностей самостоятельного анализа актов международного менеджмента, регламентирующих профессиональную сферу деятельности.

-формирование навыков составления заявлений, рефератов, текстов, иных значимых документов на иностранном языке (немецком).

- знание и умение ведения межкультурной коммуникации в письменной и устной форме на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины:

Темы для изучения:

Мой университет. Урок иностранного языка. Мой рабочий день. Моя семья. Мой дом. Телефонный разговор. Праздник. Зимние каникулы. Организация свободного времени. Посещение магазинов. Книги и книжные магазины. Приятного аппетита. История Берлина. Прогулки по Берлину. Государственное устройство ФРГ. Путешествия и отели. Повседневные ситуации. Летние каникулы. Образ жизни современной молодежи. Одежда. Услуги. Город. Страна. Человек. Здоровье. Борьба за мир. Движение сопротивления. Литература и искусство в жизни человека. Виды транспорта. Внешность. Характер. Интересы, склонности. Мода. Здоровый образ жизни. Окружающий мир. Защита окружающей среды.

ПРАКТИКУМ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Цель дисциплины:

формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- 1) поддержание ранее достигнутого уровня владения иностранным языком за счет возможности его практического использования;
- 2) дальнейшее развитие способностей во всех видах иноязычной речевой деятельности (чтение, аудирование, говорение, письмо), систематизация и дополнение знаний в области лексики и грамматики английского языка.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина предназначена для студентов, владеющих английским языком на пороговом уровне (не ниже B1) и изучающих в качестве основного другой иностранный язык. Дисциплина изучается во 2 семестре на 1 курсе. Предметное содержание курса включает в себя такие темы как:

- Великобритания и США: национальные стереотипы, политическое устройство.
- Преступление закона и виды преступлений. Система наказаний правонарушений.
- Экологические проблемы современного мира и пути их решения.