

Модуль дисциплины

Код дисциплины	
Название дисциплины	Менеджмент
Кредиты	4
Количество часов по видам занятий	34/17
Название семестра	Осенний семестр
Форма обучения	Очная
Статус дисциплины	Обязательная, элективная
Цель и задачи курса	Основными задачами дисциплины «Менеджмент» являются: изучение основных элементов системы менеджмента; изучение подходов к понятию менеджмент; определение роли и места менеджера в организации, требований к современному руководителю; получение комплексного представления о методологии современного менеджмента; изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов нового экономического мышления; изложение основных положений курса в виде лекций, проведение ситуационного анализа, проведение фронтальных опросов.
Пререквизиты	Изучение данной дисциплины базируется на предварительном изучении студентами таких дисциплин, как «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами», «Финансы», «Управление качеством» и др. и опирается на их содержание.
Постреквизиты	После окончания курса студенты продолжают изучать такие дисциплины как: «Налоги и налогообложение»; «Основы коммерческой деятельности»; «Маркетинговые исследования»; «Управление человеческими ресурсами».
Составляющие оценки знаний	2 модуля промежуточных, по 30 баллов Экзамен 40 баллов
Форма экзамена	Модульно-рейтинговая система
Краткое содержание курса	Природа управления и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Управление социально-экономическими системами. Цели и задачи управления предприятием. Функции менеджмента. Средства и методы менеджмента. Сущность и виды планирования. Модель стратегического планирования. Функции менеджмента. Целеполагание и оценка ситуаций. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Оперативное управление производством. Планирование выпуска продукции. Управление запасами. Управление проектами. Обеспечение качества. Роль руководящих кадров а обеспечении эффективности менеджмента. Организация деятельности кадровых служб
Применяемые технологии при изучении	Для самостоятельной проработки курса студенты могут использовать основную и дополнительную литературу. Пользоваться ресурсами интернет а также «Telegram», и

	«youtube»
Список используемой литературы	<p>Бляхман Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента.- СПб.:Изд-во Михайлова В.А.,1999</p> <p>2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник, 3-е изд.-М.: Изд-во Гардарика, 1998.</p> <p>3. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп.-М.:Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.</p> <p>4. Друкер П. Задачи менеджмента в 21 веке.- М.:И.Д.Вильямс 2000.</p> <p>5. Кузнецов Ю.В. Проблемы теории и практики менеджмента.- СПб.: Изд-во СПбГУ, 1994.</p> <p>6. Мескон М.Х.,Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента.-М.:Дело, 2002.</p>

Код дисциплины	
Название дисциплины	Статистика
Кредиты	3
Количество часов по видам занятий	Леки – 34 Практич-17
Название семестра	Осенний семестр
Форма обучения	Очная
Статус дисциплины	Обязательная, элективная
Цель и задачи курса	Общая теория статистики разрабатывает общие принципы и методы статистического исследования общественных явлений, наиболее общие категории статистики. Целью изучения данной дисциплины уметь применить статистические методы к решению важнейших задач производственной деятельности предприятий
Пререквизиты	Изучение данной дисциплины базируется на предварительном изучении студентами таких дисциплин, как «Бух.учет», «Экономическая теория», «Финансы», «Управление качеством» и др. и опирается на их содержание.
Постреквизиты	После окончания курса студенты продолжают изучать такие дисциплины как: «Маркетинг»; «Статистические методы»; «Маркетинговые исследования»; «Управление человеческими ресурсами».
Составляющие оценки знаний	2 модуля промежуточных, по 30 баллов Экзамен 40 баллов
Форма экзамена	Модульно-рейтинговая система
Краткое содержание курса	В системе современных научных знаний под <i>статистикой</i> понимают науку, изучающую количественные методы сбора, обобщения и анализа данных, относящихся к самым разнообразным массовым явлениям окружающего мира. Изучая с количественной стороны происходящие в обществе массовые социально-экономические явления и процессы, статистика ставит своей целью раскрытие их внутренних особенностей и свойств, выявление и количественное выражение присущих им закономерностей и тенденций развития. Статистика как наука носит одновременно и методологический, и прикладной характер. Научно-методологический фундамент статистики составляет <i>система научных категорий, теоретических положений и методов</i> статистического исследования экономики и социальной сферы. Разработанные в статистике научные методы сбора, обобщения и анализа массовых данных являются мощным инструментом для решения широкого круга задач, связанных с социально-экономическими потребностями общества. Познавательное значение статистических методов в том, что они служат надежным и порой единственным способом <i>количественного выражения закономерностей общественной жизни</i> . С их помощью можно обосновать и доказать экономические предположения, проверить теоретические гипотезы, восстановить, пополнить и скорректировать существующие оценки, представить изучаемые явления в полном объеме накопленных знаний.
Применяемые	Для самостоятельной проработки курса студенты могут

технологии при изучении	использовать основную и дополнительную литературу. Пользоваться ресурсами интернет а также «Telegram», и «youtube»
Список используемой литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Годин, А. М. Статистика: учебник / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 451 с. 2. Глаубер, Р. Оптическая когерентность и статистика фотонов / Р. Глаубер. - М.: [не указано], 2015. - 291 с. 3. Гореева, Н. М. Статистика в схемах и таблицах /. – Москва: Эксмо, 2017. – 414 с. 4. Едроновва Общая теория статистики / Едроновва, В.Н; Едророва, М.В.. - М.: ЮРИСТЪ, 2017. - 511 5. Елисеева, И. И. Статистика: [углубленный курс]: учебник для бакалавров / И. И. Елисеева и др.]. – Москва: Юрайт: ИД Юрайт, 2016. – 565 с. 6. Зинченко, А. П. Статистика: учебник / А. П. Зинченко. – Москва: КолосС, 2016. – 566 с. 7. Ивченко, Г.И. Математическая статистика / Г.И. Ивченко, Ю.И. Медведев. - М.: [не указано], 2016. - 329 с. 8. Лексин, В. Н. Муниципальная Россия. Социально-экономическая ситуация, право, статистика. Том 3 / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. - Москва: СИНТЕГ, 2017. - 992 с. 9. Ниворожкина, Л. И. Статистика: учебник для бакалавров: учебник /. – Москва: Дашков и К°: Наука–Спектр, 2015. – 415 с. 10. Рейтлингер, Л.Р. Материалы для статистики глазных болезней, господствующих в войсках русской армии / Л.Р. Рейтлингер. - М.: С-Пб.: Богельман, 2017.- 128 с. 11. Романовский, В.И. Избранные труды, том 2. Теория вероятностей, статистика и анализ / В.И., Романовский. - М.: [не указано], 2017. - 145 с. 12. Статистика: учебник / [И. И. Елисеева и др.]. – Москва: Проспект, 2015. – 443 с.

Код дисциплины	
Название дисциплины	Маркетинг
Кредиты	3
Количество часов по видам занятий	34/17
Название семестра	Осенний семестр
Форма обучения	Очная
Статус дисциплины	Обязательная, элективная
Цель и задачи курса	Цель освоения дисциплины - формирование у студентов системы знаний о рекламе как о системной деятельности организации и наборе эффективных инструментов, необходимых для функционирования предприятий сферы сервиса и туризма в условиях высокой конкуренции, а также компетенций в области применения рекламы в будущей профессиональной деятельности. Задачи: - дать теоретические основы рекламы в туризме и сервисе, законодательные и социально-психологические основы рекламной деятельности, познакомить с историей и периодизацией развития рекламы, дать теоретические знания применения принципов организации рекламной деятельности на предприятиях сферы туризма и сервиса. - научить подготавливать и реализовать рекламные проекты, применять средства и методы процесса организации и проведения рекламных кампаний с целью продвижения сервисного продукта, решать задачи взаимодействия предприятий туризма и сервиса и рекламных агентств, создавать рекламный продукт. - выработать навыки анализа рекламных и иных информационных материалов, методикой их составления и изготовления, продвижения сервисного и туристского продукта как инновационного проекта, применения современных коммуникативных технологий реклам
Пререквизиты	Изучение данной дисциплины базируется на предварительном изучении студентами таких дисциплин, как «рекламная деятельность», «экономическая теория», «Микроэкономика», и др. и опирается на их содержание.
Постреквизиты	После окончания курса студенты продолжают изучать такие дисциплины как: «рекламная деятельность»; «теория коммерции»; «Статистика»; «маркетинговые исследования».
Составляющие оценки знаний	2 модуля промежуточных, по 30 баллов Экзамен 40 баллов
Форма экзамена	Модульно-рейтинговая система
Краткое содержание курса	Маркетинг – это совокупность процессов, направленных на создание, продвижение и предоставление продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними. В переводе с английского marketing – это рыночная деятельность. То есть маркетинг – это деятельность компании по удовлетворению рыночных потребностей. Главная задача – извлечение прибыли. Понятие маркетинга включает в себя очень широкий спектр мероприятий, направленных на улучшение позиций организации на рынке. У каждой компании свои методы, стратегии и инструменты, начиная с конкурентного анализа и

	<p>заканчивая повышением конкурентоспособности товара или услуги. Конкретные мероприятия и каналы определяются маркетологами предприятия в соответствии с поставленными целями и задачами. Маркетинг – очень гибкая наука. Маркетинговая деятельность может иметь как положительный, так и отрицательный эффект. Зависит от правильности определения конкретных стратегий, методов, инструментов, а также от умения маркетологов ими пользоваться.</p>
Применяемые технологии при изучении	<p>Для самостоятельной проработки курса студенты могут использовать основную и дополнительную литературу. Пользоваться ресурсами интернет а также «Telegram», и «youtube»</p>
Список используемой литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с. 2. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4. -С. 236 -247. 3. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014. 4. Баркалов, С. А. Формирование оптимального плана закупок. В 2 т. Т. 2/С. А. Баркалов, П. Н. Курочка, И. М. Смирнов, А. В. Щепкин//Современные сложные системы управления: материалы междунар. науч.-практ. конф./Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. -Воронеж, 2017. -С. 435-437. 5. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2017. № 6. С. 18-20. 6. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с. 7. Галлямова Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия [Текст] / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 563-567. 8. Гусарова О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации//Перспективы развития науки и образования. -Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. -С. 42-43.

Код дисциплины	
Название дисциплины	Финансы и кредит
Кредиты	3
Количество часов по видам занятий	34/17
Название семестра	Осенний семестр
Форма обучения	Очная
Статус дисциплины	Обязательная, элективная
Цель и задачи курса	Целью дисциплины «Финансы и кредит» является приобретение студентами, не специализирующимися в области финансов и кредита, необходимых знаний в области государственных финансов и, в частности, бюджета и бюджетного процесса; финансов хозяйствующих субъектов, а также получить достаточно системные знания в области банковского дела: кредитования и расчетов, налично-денежного обращения, валютных операций, а также операций с ценными бумагами. Главной задачей учебной дисциплины является формирование у студентов базовых знаний, составляющих основу дальнейшего углубленного изучения ими дисциплин специализации. Задачами учебной дисциплины является: изучение теоретических понятий, отражающих экономическую сущность и функции финансов, их роль в системе денежных отношений рыночного хозяйства; необходимость, сущность, функции и роль кредита; сущность и элементы кредитной системы; международные финансово-кредитные институты и банковские системы отдельных стран.
Пререквизиты	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: - сущность и функции финансов; - финансовую систему, ее функции и звенья; - государственные финансы, государственный бюджет и внебюджетные фонды, территориальные финансы; - финансовый рынок, кредитный рынок, страховой рынок, рынок ценных бумаг и валютный рынок; - необходимость, сущность, функции и роль кредита; - сущность и элементы кредитной системы.
Постреквизиты	После окончания курса студенты продолжают изучать такие дисциплины как: «Бух.учет»; «Налоги налогообложения»;
Составляющие оценки знаний	2 модуля промежуточных, по 30 баллов Экзамен 40 баллов
Форма экзамена	Модульно-рейтинговая система
Краткое содержание курса	1 Сущность и функции финансов, их роль в системе денежных отношений рыночного хозяйства 2. Предпосылки и условия развития финансов 3. Сущность и функции финансов 4. Роль финансов в системе денежных отношений рыночного хозяйства 5. Контрольные вопросы [2.5] Рекомендуемая литература 6 ФИНАНСОВАЯ политика и управление финансами 7 Содержание, значение и задачи финансовой политики 8. Направления финансовой политики 9. Финансовый менеджмент 10. Финансовое прогнозирование и планирование 11. Финансовые риски и финансовый контроль 12. Контрольные вопросы 13. Рекомендуемая литература 14.ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА

	15. Финансовая система, ее функции и звенья. 16 Финансы предприятий и организаций 17 Финансы населения 18 Финансовые потоки 19 Контрольные вопросы 20 Рекомендуемая литература 21 ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ 22. Понятие государственных финансов 23. Государственный бюджет и налоги 24. Внебюджетные фонды 25. Территориальные финансы 26. Государственный кредит 27. Контрольные вопросы 28. Рекомендуемая литература 29 ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК 30. Структура современного финансового рынка.
Применяемые технологии при изучении	Для самостоятельной проработки курса студенты могут использовать основную и дополнительную литературу. Пользоваться ресурсами интернет а также «Telegram», и «youtube»
Список используемой литературы	1. Деньги, кредит, банки: Учебник / Под ред. Г.Н. Белоглазовой. – М.: Юрайт-Издат, 2010. – 620 с. 3. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л.Н. Красавиной. – М.: Финансы и кредит, 2008. – 576 с. 4. Финансы и кредит: Учебник / Под ред. проф. М.В. Романовского, проф. Г.Н. Белоглазовой. – М.: Высшее образование, 2008. – 609 с. 5. Финансы и кредит: Учебник / Под ред. проф. Н.Г. Кузнецова, проф. К.В. Кочмола, проф. Е.Н. Алифановой. – М.: Изд-во «Феникс», 2010. – 444 с.