АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.Б.1 Корпоративный менеджмент

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1

Цель освоения дисциплины:
Целью освоения дисциплины является изучение принципов, моделей и механизмов корпоративного управления. Особое внимание уделяется раскрытию потенциала корпоративного управления в разрешении социальных проблем современного российского общества и практическим аспектам оценки качества корпоративного управления в российских компаниях.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность корпоративного менеджмента	Опрос-беседа
2.	Методы корпоративного менеджмента	Опрос-беседа
3.	Анализ возможностей корпорации	Практическое задание
4.	Стратегической управление корпорацией	Практическое задание
5.	Принятие решений в корпорации	Опрос-беседа
6.	Целеполагание, мотивация в системе корпоративного менеджмента	Практическое задание Итоговое тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен.

Основная литература:

1. Вершигора, Е.Е. Менеджмент [Текст] : Учеб. пособие .— 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2001 .— 281 с. — (Высшее образование) .— ISBN 5-16-000528-5 : 42.00.
2. Смолкин, А.М. Менеджмент: основы организации [Текст] : Учебник для вузов .— М. ; М. : Высш.шк. приватизации и предпринимательства : ИНФРА-М, 2001 .— 247 с. — (Высшее образование) .— ISBN 5-16-000598-6 : 73.50.
3. Басовский, Л.Е. Менеджмент [Текст] : Учеб. пособие для вузов .— М. : ИНФРА-М, 2000 .— 215 с. — (Высшее образование) .— ISBN 5-16-000431-9 : 38.06.
4. Общий менеджмент [Текст] : Учеб.пособие / Под ред. А.К. Казанцева .— М. : ИНФРА-М, 2001 .— 251 с. — (Высшее образование) .— ISBN 5-16-000532-3 : 61.00.
5. Цыпкин, Ю.А. Менеджмент [Текст] : Учеб. пособие для студ. вузов / Ю.А. Цыпкин, А.Н. Люкшинов, Н.Д. Эриашвили ; Под ред. Ю.А. Цыпкина .— М. : ЮНИТИ, 2002 .— 439 с. — ISBN 5-238-00205-X : 163.24
6. Герчикова, И.Н. Менеджмент [Текст] : Учебник / И.Н. Герчикова .— 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ, 2002 .— 501 с. — ISBN 5-85173-112-5 : 197.78.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.Б.2 Управление инвестиционными проектами

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (Маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: прикладной магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 2

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – изучение основ процесса управления инвестиционными проектами, формирование набора компетенций, вооружающих студента комплексом специализированных знаний, необходимых ему для осуществления научно-исследовательской и аналитической деятельности в области управления инвестициями, их анализа, рекомендаций по формированию и осуществлению инвестиционных проектов.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие и сущность инвестиционного проекта	опрос по теме, выступления студентов с докладами/рефератами в форме презентации
2.	Стадии разработки и реализации проекта	опрос по теме, выступления студентов с докладами/рефератами в форме презентации
3.	Определение объема инвестиций и сроков реализации инвестиционного проекта	опрос по теме, решение ситуационных и практических задач
4.	Инвестиционные потребности проекта и источники их финансирования	опрос по теме, решение ситуационных и практических задач, тестирование
5.	Финансово-математические основы инвестиционного проектирования	опрос по теме, решение ситуационных и практических задач
6.	Основные критерии эффективности инвестиционного проекта и методы их оценки	опрос по теме, решение ситуационных и практических задач
7.	Анализ безубыточности и целевое планирование прибыли в процессе инвестиционного проектирования	опрос по теме, решение ситуационных и практических задач
8.	Проектные риски и анализ чувствительности проекта к факторам риска	опрос по теме, тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен
Основная литература:
1. Романова М.В. Управление проектами: учеб. пособие / М.В. Романова. – М.: ИД

«Форум»: ИНФРА-М, 2014. – 256 с.: ил. – (Высшее образование).
2. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / под ред. В.Л. Попова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 335 с.: ил. – (Высшее образование).
3. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони и др.; под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 500 с. – (Учебники Высшей школы экономики).

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.Б.3 Современный стратегический анализ

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент
Профиль: Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 4

Цель освоения дисциплины: изучение теоретико-методических основ и приобретение практических навыков в области стратегического анализа деятельности современных предприятий, необходимых для разработки и принятия управленческих решений по выбору эффективной корпоративной стратегии.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Понятие стратегии и роль стратегического анализа в формулировании стратегии организации	собеседование, опрос
2	Инструменты стратегического анализа внешней среды организации	собеседование, опрос
3	Инструменты стратегического анализа внутренней среды организации	собеседование, опрос
4	Детальный анализ конкурентного преимущества	собеседование, опрос
5	Стратегический SWOT-анализ и SNW-анализ	собеседование, опрос
6	Корпоративная стратегия: понятие и типология	блиц-опрос/тестирование
7	Портфельный анализ и планирование портфеля диверсифицированной компании	собеседование, блиц-опрос/тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен.

Основная литература:

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учеб. для студ. вузов / Р.А. Фатхутдинов. - 4-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 346 с.
2. Грант Р. Современный стратегический анализ: 7-е издание. – СПб.: Питер, 2016. – 544 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ОД.1 Этика делового общения (на русском и иностр. языке)

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1,2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование коммуникативной языковой компетенции, включающей лингвистический, социокультурный и прагматический компоненты и позволяющей осуществлять деловую коммуникацию и профессиональную деятельность на иностранном языке.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и основные принципы этики делового общения	собеседование, опрос
2.	Этика и культура в деятельности фирмы	собеседование, опрос
3.	Речевая культура делового разговора	собеседование, тестирование
4.	Этические нормы дистанционного общения	собеседование, опрос
5.	Правила проведения переговоров с деловыми партнерами	собеседование, опрос
6.	Деловой этикет	собеседование, опрос

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: 1 семестр – зачёт, 2 семестр - экзамен

Основная литература:
1. D.Cotton, D.Falvey, S. Kent. Market Leader pre-intermediate. New edition. Longman: 2009, – 160 p.
2. S.Clark. Macmillan English Grammar in Context. Macmillan Publishers Limited 2008, - 232 p.
3. Шеламова Г.М., Этикет делового общения. - М. Издательский центр «Академия», 2010 – 192 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ОД.2 Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04
□
Квалификация (степень) выпускника:
Форма обучения: -
Семестр: 2, 3

Цель освоения дисциплины:

План курса:

	/	
1.		-
2.		-
3.		-
4.		-
5.		-
6.		-
7.		-
8.		-
9.		-

Формы промежуточной аттестации:

.

Основная литература:

1.
-
65,83.

2.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ОД.3 Маркетинговое управление бизнес-процессами

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1, 2

Цель освоения дисциплины:
Целью освоения дисциплины является получение магистрантами теоретических знаний и практических навыков в сфере управления, планирования и организации маркетинговой деятельности на предприятии.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Современная роль управления маркетингом	Опрос-беседа
2.	Ориентирование на рынок и его сегменты	Опрос-беседа
3.	Конкуренция и конкуренты	Опрос-беседа
4.	Исследование рыночной среды и оценка рыночного спроса	Опрос-беседа Эссе
5.	Сервисное воздействие на потребителя	Опрос-беседа
6.	Создание нового товара	Опрос-беседа
7.	Управление выбором покупателя	Опрос-беседа
8.	Управление каналами сбыта	Опрос-беседа
9.	Служба маркетинга	Опрос-беседа Итоговое тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен, курсовая работа

Основная литература:

1. Куцерубов А. Е., Чепурова И. Ф. Маркетинговые технологии в управлении предприятием: учебное пособие. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2013.

2. Моисеева, Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии [Текст] : Учеб. пособие для вузов / Н.К. Моисеева, М.В. Конышева ; Под ред. Н.К.Моисеевой .— М. : Финансы и статистика, 2002 .— 299 с. : ил. — ISBN 5-279-02480-5 : 107.91.

3. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : УМК по дисциплине "Управление маркетингом" для спец. 080111 (маркетинг) / [Тамб. гос. ун-т им. Г.Р.Державина] .— Электрон. дан. — [Тамбов] : [Изд-во ТГУ], [2009?] .— 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). : 12 см .— Загл. с контейнера. — Б.ц.

4. Гайдаенко, Т.А. Маркетинговое управление : Принципы управленческих решений и российская практика [Текст] : полный курс MBA / Т.А. Гайдаенко .— 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Эксмо : Мирбис, 2008 .— 508 с. — (Полный курс MBA) .— ISBN 978-5-699-24315-0 : 462.00.

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2015. – 814 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ОД.4 Маркетинговый анализ и аудит

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (Маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 2,3

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Маркетинговый анализ и аудит» являются научить слушателей пользоваться практическим инструментарием и примерами опыта других организаций в проведении маркетингового аудита, чтобы работая в компании и получив задачу проведения маркетингового анализа, аудита или ситуационного анализа, слушатель смог бы самостоятельно организовать и провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и назначение аудита маркетинга	собеседование, опрос
2.	Планирование и организация самоаудита маркетинга	собеседование, опрос
3.	Основные методы проведения самоаудита маркетинга	блиц-опрос / тестирование
4.	Аудит внешней среды маркетинга компании	собеседование, опрос
5.	Аудит внутренней среды маркетинга компании	собеседование, опрос
6.	Интерпретация результатов аудита маркетинга	блиц-опрос / тестирование

Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачет, экзамен

Основная литература:

1. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 438 с.
2. Шеремет А.Д. Аудит: Учебник / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 359 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ОД.5 Научно-исследовательский семинар

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 2

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – формирование готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Глобализация как тенденция развития современного мира	Собеседование
2.	Межкультурная коммуникация в глобальном мире	Собеседование
3.	Образовательная правовая политика и основные направления модернизации образования в России	Собеседование
4.	Развитие личностного потенциала магистрантов	Собеседование
5.	Психолого-педагогические аспекты формирования благоприятного жизненного пространства современной молодежи	Собеседование
6.	Природа и особенности научной аргументации	Собеседование
7.	Невербальная коммуникация в практике делового общения	Собеседование
8.	Библиотечные ресурсы как информационная база научно-исследовательской работы	Собеседование
9.	Личное планирование и тайм-менеджмент	Собеседование
10.	Особенности языковой формы выражения научной информации	Собеседование
11.	Наглядное представление статистических данных в научных исследованиях	Собеседование
12.	Управление репутацией и этика поведения в социальных сетях	Собеседование
13.	Педагогическое мастерство преподавателя	Собеседование
14.	Профессионально-творческое саморазвитие преподавателей и студентов	Собеседование
15.	Текст на иностранном языке в научно-исследовате-льской работе магистранта	Собеседование
16.	Методика подготовки научных публикаций магистрантов	Собеседование
17.	Право на судебную защиту	Собеседование
18.	Охрана интеллектуальной собственности в РФ	Собеседование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне

данной дисциплины: зачёт

Основная литература:

1. Кукушкина, В.В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): учеб. пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 265 с. – (Высшее образование – Магистратура).
2. Гендина Н.И. Информационное образование и информационная культура как фактор безопасности в глобальном информационном обществе: возможности образовательных организаций и библиотек. – Москва: Литера, 2016. – 391 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.1.1 Практикум по написанию магистерской диссертации и разработке учебных программ

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – получение магистрантами теоретических знаний и практических навыков в сфере написания магистерской диссертации и разработке учебных программ.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и характеристика выпускной квалификационной работы магистра	собеседование, опрос
2.	Правила оформления выпускной квалификационной работы	собеседование, опрос
3.	Составление введения и заключения	собеседование, опрос
4.	Общие рекомендации по работе над основным текстом	блиц-опрос
5.	Правила цитирования. Оформление ссылок, сносок и примечаний	собеседование
6.	Правила оформления списка литературы	собеседование, тестирование
7.	Особенности процедуры защиты выпускной квалификационной работы магистра	собеседование, опрос
8.	Нормативное обеспечение учебной деятельности.	блиц-опрос / собеседование
9.	Технология разработки учебных программ	опрос, тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:

1. Толстых Т.Н., Лапшин В.Ю. и др. Магистерская подготовка: учебно-методическое пособие - Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2011;
2. Положение о магистерской диссертации выпускников ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»;
3. ГОСТ 7.1-84. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления. – М.: Изд-во стандартов, 1990.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.1.2 Организация и управление коммерческой деятельностью

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1

Цель освоения дисциплины:
Целью освоения дисциплины является получение магистрантами теоретических знаний и практических навыков в сфере управления, планирования и организации коммерческой деятельности предприятия.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	Опрос-беседа
2.	Организационные основы коммерческой деятельности	Практическое задание
3.	Основные субъекты коммерческой деятельности на товарном рынке	Письменное задание
4.	Планирование и организация снабжения и сбыта.	Опрос-беседа Итоговое тестирование
5.	Организация и технология розничной торговли.	Опрос-беседа
6.	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	Опрос беседа
7.	Посредники и деятельность коммерческой организации.	Письменное задание
8.	Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия	Практическое задание Итоговое тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:
1. Организация и управление коммерческой деятельностью [Текст] = Arrangement and management of commercial activities : учеб. пособие / [В. Ю. Лапшин и др.] ; Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2014 .— 377, [1] с. — Парал. тит. л. на англ. яз.
2. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник / Ф.Г. Панкратов .— 11-е изд., перераб. и доп. — М. : Издат.-торг. корпорация "Дашков и К", 2008 .— 500 с. — ISBN 978-5-91131-798-0 : 275.00
3. Короткова, Т.Л. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник / Т.Л. Короткова ; под ред. Н.К. Моисеевой .— М. : Финансы и статистика, 2007 .— 415 с. — ISBN 978-5-279-03219-8 : 306.57.

4. Семьянинов, П.В. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : УМК по спец.: 080111 - Маркетинг / П.В. Семьянинов .— Электрон. дан. — Тамбов : [Изд-во ТГУ], 2009 .— 1 электрон. опт. диск (CD). ; 12 см. — Загл. с экрана .— Б.ц.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.2.1 Современные технологии управления системой товародвижения

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (Маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 4

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – формирования у студентов теоретических знаний и приобретение практических навыков в области организации и технологии торговли, рациональной организации коммерческих операций, позволяющих повысить эффективность работы производственных и торговых предприятий.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Концептуально-методологические основы логистики товародвижения	собеседование, решение задач
2.	Управление потоками в логистике снабжения, в логистике производства и в сбытовой логистике	собеседование, решение задач
3.	Управление запасами и транспортировка в системах товародвижении. Технология товародвижения на складе	собеседование, опрос, решение задач
4.	Информационные технологии и системы в товародвижении	собеседование, решение задач
5.	Управление в системах товародвижения	собеседование,
6.	Каналы товародвижения и принципы управления ими	собеседование, решение задач

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен, курсовая работа

Основная литература:

1. Григорьев, М. Н. Логистика. Продвинутый курс [Текст] : учебник для магистров / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров .— 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2015.
2. Толмачев О.В.. Логистика товародвижения. Учебное электронное текстовое издание. Научный редактор: доц., канд. экон. наук Н.М. Третьякова. [Электронный ресурс] Екатеринбург, 2013. -http://учебники.информ2000.рф/economika/econ208.pdf

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.2.2 Управление качеством

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 4

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области управления качеством функционирования хозяйствующего субъекта.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность и значение системных процессов управления качеством как фактора эффективности функционирования предприятия	Собеседование, реферат
2.	Современный уровень развития систем управления качеством	Собеседование, опрос, реферат
3.	Квалиметрия в системах управления качеством продукции	Собеседование, опрос
4.	Специфика и тенденции развития служб управления качеством продукции предприятий	Собеседование, опрос
5.	Нормативные расчеты ресурсного обеспечения служб контроля качества	Собеседование, опрос
6.	Статистические методы контроля качества продукции	Собеседование, опрос, решение задач
7.	Управление затратами на обеспечение качества продукции	Собеседование, опрос, решение задач
8.	Сертификация как инструмент обеспечения качества	Собеседование, опрос

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен, курсовая работа

Основная литература:
1. Герасимов, Б.И. Управление качеством [Текст]: учеб. пособ. / Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина, С.П. Спиридонов .— 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2007 .— 270 с.
2. Коноплев, С.П. Управление качеством [Текст]: учеб. пособие / С.П. Коноплев.— М.: ИНФРА-М, 2009 .— 251 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.3.1 Маркетинг нового продукта и ценообразование

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (Маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель освоения дисциплины заключается в ознакомлении студентов с возможностями и спецификой маркетинговой деятельности в области современной товарной политики и ценообразования, а также в формировании навыков и умений в этой сфере.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Сущность товарной политики организации	собеседование, опрос
2.	Основные стратегические решения в товарной политике	собеседование, опрос
3.	Политика обновления продукта – основа конкурентоспособности организации	собеседование, опрос
4.	Этапы создания нового товара	блиц-опрос / тестирование
5.	Особенности ассортиментной товарной политики	собеседование, опрос
6.	Управление марочными активами	собеседование, опрос
7.	Конкурентоспособные параметры товара и методы управления ими	собеседование, опрос
8.	Организация ценообразования на предприятии	блиц-опрос / тестирование
9.	Политика и тактика ценообразования на товары и услуги. Управление ценами	собеседование, опрос

Формы промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

Основная литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль. – СПб.: Питер, 1999. – 887 с.
2. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика: Учебник / Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М.: ЭКМОС, 2000. – 223 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.3.2 Современные маркетинговые технологии

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 1

Цель освоения дисциплины:
Цель дисциплины – подготовка магистров к самостоятельному и квалифицированному принятию управленческих решений в области современных маркетинговых технологий, развитие мышления инновационного типа, необходимого для восприятия и организации информационных потоков, а также формирование глобального видения концепции маркетинга инноваций, понимания необходимости повышения гибкости и адаптивности управления компанией в условиях постоянно меняющейся внешней среды.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Маркетинговый комплекс и его современные модификации. Концепция маркетинга инноваций	собеседование, опрос
2.	Поведение потребителей: трансформационные изменения и основные тенденции в спросе	собеседование, опрос, тестирование
3.	Основные тренды в товарной политике.	собеседование, опрос, тестирование
4.	Основные тренды в ценовой политике.	собеседование, опрос, решение ситуационных задачи
5.	Основные тренды в системе продвижения товаров и услуг.	собеседование, опрос, тестирование
6.	Основные тренды в системе распределения и доведения продукции до потребителя.	собеседование, опрос
7.	Современные технологии интернет-маркетинга.	собеседование, тестирование, решение ситуационных задачи
8.	Проблемы практической реализации и необходимость адаптации маркетинговых технологий в условиях России.	собеседование, опрос, тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

Основная литература:

1. Годин А.М. Маркетинг: Учеб. пособие. — М. : Дашков и К, 2002
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль; [Пер. с англ.] .— 2-е рус. изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Мн. : Питер, 1999
3. Уткин Э.А. Маркетинг : Учебник .— М. : ЭКМОС, 2003
4. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие/ авт. кол.: В.Ю.Лапшин, И.М.Лапшина и др. – Тамбов, Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина, 2014.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 2

Цель освоения дисциплины:
Основная цель практики – получить первичные профессиональные умения и навыки: углубить и закрепить научно-теоретические знания обучающихся, выработать навыки научно-исследовательской и практической работы, ознакомиться с работой практиков в сфере маркетинга.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Изучение работы организации / структуры, штата и опыта работы рекламного агентства, рекламно-маркетингового отдела организации / отдела по связям с общественностью	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
4.	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
5.	Составление и оформление отчета по учебной практике	Отчет
6.	Научно-практическая конференция по результатам учебной практики	Доклад по отчету

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:
1. Чепурова, И.Ф. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособ. / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010 .— 71 с. — 65,83.
2. Чепурова, И.Ф. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012 .— 95 с.
3. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие по маркетингу для студ. вузов .— 2-е изд.,перераб. и доп. — М. : Финанисы и статистика, 1999 .— 528 с. — ISBN 5-279-02118-0 : 147.00.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : Анализ, планирование, внедрение, контроль; [Пер. с англ.] .— 2-е рус. изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Мн. : Питер, 1999 .— 887 с. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-8046-0048-6 : 90.00.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 3

Цель освоения дисциплины:
Основная цель практики – формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика) направлена на осуществление общей подготовки магистрантов к аналитической деятельности и способности получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.
План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1. Подготовительный этап (технологическая практика, педагогическая практика)	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка в рамках технологической практики, педагогической практики. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2. Основной этап (технологическая практика)	Практический этап, включающие в себя сбор и обработку информации: изучение сведений об основных направлениях деятельности организации, ее структуре; сведений о ситуации на рынке, тенденциях рынка, лидерах рынка, их управленческой политике, информацию о других активных субъектах рынка; информации о управленческих проектах организации, план мероприятий, бюджет.	Собеседование
	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
3. Основной этап (педагогическая практика)	Практический этап, включающий в себя анализ информации о методиках, технологиях и инструментах преподавания управленческих дисциплин. Посещение занятий руководителя практики, анализ плана лекционного и семинарского занятия, тестов.	Собеседование
	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики

4. Итоговый этап (технологическая практика, педагогическая практика)	Составление и оформление отчета по практике	Отчет
	Научно-практическая конференция по результатам практики	Доклад по отчету

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

Основная литература:

1. Чепурова, И.Ф. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособ. / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010 .— 71 с. — 65,83.
2. Чепурова, И.Ф. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012 .— 95 с.
3. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие по маркетингу для студ. вузов .— 2-е изд.,перераб. и доп. — М. : Финанисы и статистика, 1999 .— 528 с. — ISBN 5-279-02118-0 : 147.00.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : Анализ, планирование, внедрение, контроль; [Пер. с англ.] .— 2-е рус. изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Мн. : Питер, 1999 .— 887 с. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-8046-0048-6 : 90.00.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б2.П.2 Преддипломная практика

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 5

Цель освоения дисциплины:
Основная цель практики – формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Преддипломная практика является частью завершающего этапа обучения и предназначена для выполнения выпускной квалификационной работы.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Формулирование теоретических положений и рекомендаций по совершенствованию деятельности службы маркетинга	Собеседование
3.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Собеседование
4.	Оформление рекомендательной части диссертации	Собеседование
5.	Ведение и оформление дневника практики	Собеседование
6.	Составление и оформление отчета по производственной (преддипломной) практике	Собеседование
7.	Научно-практическая конференция по результатам практики	Собеседование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:
1. Чепурова, И.Ф. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособ. / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010 .— 71 с. — 65,83.
2. Чепурова, И.Ф. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012 .— 95 с.
3. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие по маркетингу для студ. вузов .— 2-е изд.,перераб. и доп. — М. : Финанисы и статистика, 1999 .— 528 с. — ISBN 5-279-02118-0 : 147.00.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : Анализ, планирование, внедрение, контроль; [Пер. с англ.] .— 2-е рус. изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Мн. : Питер, 1999 .— 887 с. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-8046-0048-6 : 90.00.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б2.П.3 НИР

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 4

Цель освоения дисциплины:
Основная цель практики – формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью; Производственная практика (НИР) направлена получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.
План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Основной этап Осуществление научно-исследовательских работ в рамках научной темы студента (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация эмпирических данных)	Собеседование Отчет
3.	Участие в решении научно-исследовательских работ, выполняемых кафедрой	Отчет
4.	Участие в организации и проведении научно-практических конференций, круглых столах, дискуссиях, организуемых кафедрой	Отчет
5.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
6.	Ведение и оформление дневника практики	Дневник практики
7.	Составление и оформление отчета по практике	Отчет
8.	Научно-практическая конференция по результатам практики	Доклад по отчету

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: экзамен

Основная литература:
1. Космин В.В. Основы научных исследований: общий курс: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. – 213 с.
2. Чепурова, И.Ф. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособ. / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010 .— 71 с. — 65,83.
3. Чепурова, И.Ф. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / И.Ф. Чепурова ; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина .— Тамбов : [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012 .— 95 с.

4. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие по маркетингу для студ. вузов .— 2-е изд.,перераб. и доп. — М. : Финанисы и статистика, 1999 .— 528 с. — ISBN 5-279-02118-0 : 147.00.
5. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : Анализ, планирование, внедрение, контроль; [Пер. с англ.] .— 2-е рус. изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Мн. : Питер, 1999 .— 887 с. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-8046-0048-6 : 90.00.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ФТД1 Интернет-предпринимательство

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 3

Цель освоения дисциплины: формирование компетенций в области управления в интернет-сфере, понимание ключевых параметров, влияющих на развитие компании в данной области, механизмов продвижения компаний и их услуг, а так же формирования конкурентоспособного продукта для потребителя.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Идея: источники идей для стартапа. Способы проверки идей.	опрос, практическое задание
2	Команда стартапа: основы командообразования и мотивации участников.	опрос
3	Бизнес-модели для предпринимательской деятельности в интернет.	опрос, тест, практическое задание
4	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов.	опрос, тест, практическое задание
5	Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации.	опрос, тест, практическое задание

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:
1. Бланк С. Стартап: настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 615 с.
2. Зобнина М. Методическое пособие по курсу «Интернет-предпринимательство». – М.: Издательские решения, 2017. – 266 с.
3. Романс Э. Настольная книга венчурного предпринимателя: секреты лидеров стартапов / пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 247 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ФТД.2 Социология молодёжи

Код и наименование направления подготовки, профиль: 38.04.02 Менеджмент (маркетинг)
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная
Семестр: 3

Цель освоения дисциплины: в формировании у студентов целостного теоретического представления о специфике молодежи как социальной группы, особенностях молодежного группового сознания, роли молодежи в системе социальных отношений, методах исследования проблем молодежи.

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1	Теоретические основания социологии молодежи	собеседование, опрос
2	Молодежь как особая социальная группа	блиц-опрос
3	Специфика социализации молодежи и подростков	подготовка устных выступлений (докладов)
4	Молодежь и образование	подготовка устных выступлений (докладов); собеседование, опрос
5	Молодежь в сфере труда и занятости	блиц-опрос
6	Девиантное и делинквентное поведение молодежи	подготовка устных выступлений (докладов); собеседование, опрос
7	Духовные ценности молодежи	подготовка электронной презентации
8	Социальные аспекты государственной молодежной политики	собеседование, блиц-опрос
9	Особенности исследования молодежных проблем	тестирование

Формы промежуточной аттестации:
Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенций на уровне данной дисциплины: зачёт

Основная литература:
1. Орлова В. В.. Социальные технологии работы с молодежью: учебное пособие [Электронный ресурс] / Томск:ТУСУР,2017. -144с. - 978-5-9909642-0-4 – (ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»).
2. Иванова А. В.. Культурно-образовательное пространство как фактор формирования духовно-нравственных ценностей молодежи: учебное пособие [Электронный ресурс] / Москва|Берлин:Директ-Медиа,2017. -85с. - 978-5-4475-9009-3 – (ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»).