

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ВО «Универсальный Университет»

_____ Е.В.Черкес-Заде

“ _____ ” _____ 2024 г.

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН И ПРАКТИК

Уровень высшего образования:	<u>Бакалавриат</u>
Направление подготовки:	<u>42.03.05</u> <u>«Медиакоммуникации»</u>
Направленность (профиль) подготовки:	<u>«Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях»</u>
Квалификация (степень):	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Срок освоения по данной программе:	<u>4 года</u>

Факультет бизнеса и маркетинга

Блок 1. Дисциплины (модули)

Обязательная часть

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 проведении 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 КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и навыков, обучающихся в области истории креативных индустрий, формирование понятийного аппарата, развитие теоретического и проектного мышления в области креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- подготовить студентов к решению профессиональных задач в области креативных индустрий;
- подготовить студентов к аналитической и практической деятельности в этой области, опираясь на мировой и российский опыт;
- ознакомить студентов с теорией и практикой креативных индустрий;
- научить применять научно-практические методики работы в секторе креативных индустрий;
- сформировать у студентов практические умения и навыки в области креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основные термины и понятия креативных индустрий
- Тема 2. История возникновения и развития креативных индустрий
- Тема 3. Роль культурных и творческих традиций в становлении креативных индустрий
- Тема 4. Влияние технологий и инноваций на развитие креативных индустрий
- Тема 5. Примеры успешных проектов и компаний в сфере креативных индустрий
- Тема 6. Проблемы и вызовы, стоящие перед креативными индустриями в современном мире
- Тема 7. Перспективы развития креативных индустрий в будущем

ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Цель дисциплины: 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, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность 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 политикокультурном 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:

Тема 1. Что такое Россия

Тема 2. Российское государство-цивилизация

Тема 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации

Тема 4. Политическое устройство России

Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов практических навыков работы с современными компьютерами, цифровыми и информационными технологиями, создания базовых визуальных и технологических решений для презентационных и аналитических материалов, являющихся частью профессиональных компетенций в сфере менеджмента и маркетинга.

Задачи дисциплины

- 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 уровня 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;
- владеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Понятие цифровой грамотности. Обзор прикладных пакетов программ и их назначения.
- Тема 2. Программное и аппаратное обеспечение современного персонального компьютера.
- Тема 3. Работа с электронными таблицами Microsoft Excel. Гугл-таблицы.
- Тема 4. Работа с текстовым редактором Microsoft Word. Основы визуальной культуры композиции текста.
- Тема 5. Создание презентаций средствами Microsoft PowerPoint \ Google slides.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА, МАРКЕТИНГА И ЭТИКИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: ознакомить студентов 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 дисциплины:

- 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 Менеджмента, 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:

- | | |
|---------|--|
| Тема 1. | Определение термина и сущности креативных индустрий. Основные источники. |
| Тема 2. | Основные принципы бизнеса и маркетинга. |
| Тема 3. | Особенности маркетинга в креативных индустриях. |
| Тема 4. | Этические проблемы креативных индустрий. |
| Тема 5. | Креативные индустрии России. Обзор и анализ сегмента, особенностей динамики его развития. |
| Тема 6. | Рынок труда в креативных индустриях для выпускников бакалавриата Менеджмент. Индивидуальный план профессионального развития. |

МЕЖДУНАРОДНОЕ КОММЕРЧЕСКОЕ ДЕЛО

Цель дисциплины

Цель дисциплины - дать представление о международном коммерческом деле как о современной деловой философии и практической деятельности фирмы в условиях современных рынков.

Задачи дисциплины

- сформировать представление о международной коммерческой деятельности и научить организовывать и реализовывать международные коммерческие сделки;
- изучение теоретических положений международного коммерческого дела, форм и методов осуществления международных коммерческих операций и формирование практических навыков по подготовке, заключению и реализации международных торговых сделок в условиях глобализации мировой экономики;

- изучить инновационные методы работы в современной практике хозяйствования на внешнем рынке, научить выбирать формы реализации международных сделок зарубежные рынки и зарубежных партнеров, а также владеть методами заключения международных контрактов и сделок;
- знать содержание и оформление внешнеторговых контрактов, проработку их условий в целях максимального обеспечения интересов российской стороны, изучить методику составления внешнеторговых контрактов; проводить анализ целесообразности международной сделки, расчет налоговых последствий;
- проанализировать документы, разработанные международными экономическими организациями и относящиеся к международной коммерческой практике.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Внешнеторговые операции и сделки на международном рынке
- Тема 2. Международные коммерческие операции по торговле товарами
- Тема 3. Коммерческая деятельность на мировом рынке с участием посредников
- Тема 4. Международные коммерческие операции в сфере услуг
- Тема 5. Международные коммерческие операции с интеллектуальной собственностью

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, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность 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: формирование у студентов практических навыков работы с современными компьютерами, цифровыми и информационными технологиями, создания базовых визуальных и технологических решений для презентационных и аналитических материалов, являющихся частью профессиональных компетенций в сфере менеджмента и маркетинга.

Задачи дисциплины:

- 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 уровня 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;
- владеть 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: ознакомить студентов 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 дисциплины:

- 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 Менеджмента, 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.

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.

Краткое 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.

ОСНОВЫ РАБОТЫ С ДАННЫМИ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области анализа данных, применении наиболее популярных методов статистического анализа и прогностической аналитики.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- ознакомление с базами данных как информационным феноменом;
- ознакомление с общими принципами построения и функционирования баз данных; - формирование навыков управления базами данных;
- формирование навыков проектирования баз данных.

Краткое содержание дисциплины:

- | | |
|---------|---|
| Тема 1. | Понятие больших данных. Хранение больших данных. Большие данные в разных отраслях. |
| Тема 2. | Data driven и Data informed подходы в принятии решений. Аналитик данных и его компетенции |
| Тема 3. | Тенденции использования данных. Отраслевое использование данных |
| Тема 4. | Понятие баз данных. Функции СУБД. Введение в SQL. Рабочий интерфейс PostgreSQL и Dbeaver |
| Тема 5 | Реляционная модель. Первичные ключи, внешние ключи и нормализация базы данных. Запросы к базе данных: синтаксис |
| Тема 6 | Основные типы данных. Сортировка, выборка, фильтрация. Работа в учебной базе данных. |
| Тема 7 | Соединения и типы и соединений. Логическая структура и диаграмма Вена. |
| Тема 8 | Агрегатные функции. Лимитизация. |
| Тема 9 | Группировки и фильтрация по конкретным значениям. Подзапросы |
| Тема 10 | Работа с таблицами |
| Тема 11 | Временный результат запроса. Представления. Материализованные представления |
| Тема 12 | Оконные функции |
| Тема 13 | Работа с postgresql |

ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель дисциплины

Цель дисциплины - изучение основных концепций и подходов к управлению организацией, разработанных наукой и практикой как за рубежом, так и в нашей стране, формирование современного управленческого мировоззрения, мышления, умений и навыков по принятию и реализации

управленческих решений, личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачи дисциплины

- Изучение основных концепций и принципов менеджмента.
- Анализ структуры и функций управления организацией.
- Исследование процессов принятия решений и контроля.
- Оценка роли лидерства и стилей управления в успешной деятельности организации.
- Формирование навыков анализа и оптимизации управленческих процессов.
- Развитие критического мышления и аналитических способностей.

Краткое содержание дисциплины:

- | | |
|----------|--|
| Тема 1. | Введение в науку о теории менеджмента |
| Тема 2. | Методологические основы теории менеджмента |
| Тема 3. | Социально-психологические основы менеджмента |
| Тема 4. | Функциональные основы менеджмента |
| Тема 5. | Процессный подход в менеджменте |
| Тема 6. | Собственность и менеджмент |
| Тема 7. | Экономические интересы в менеджменте |
| Тема 8. | Менеджер и собственник в управлении |
| Тема 9. | Основы корпоративного менеджмента |
| Тема 10. | Особенности организации корпоративного менеджмента |
| Тема 11. | Организационные основы менеджмента |
| Тема 12. | Информационные основы менеджмента |
| Тема 13. | Основы инновационного менеджмента |
| Тема 14. | Оценка менеджмента |
| Тема 15. | Модернизация и инновация менеджмента |
| Тема 16. | Перспективы и направления развития менеджмента |

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - 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 дисциплины

- ознакомить с рядом цифровых профессиональных технологий, применяемых при создании творческого продукта;
- сформировать знание и понимание основ технологии, 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;
- владеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Обзор прикладных пакетов программ для креативных индустрий и их назначения.
- Тема 2. Работа с графическим растровым редактором Adobe Photoshop
- Тема 3. Работа с графическим векторным редактором Adobe Illustrator
- Тема 4. Основы редактирования видео. Adobe Premier Pro и аналоги.
- Тема 5. Практические аспекты прогнозирования развития цифровых средств для создания творческих продуктов.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - помочь студентам понять особенности экономической среды, в которой функционируют организации в сфере креативных индустрий, и освоить инструменты анализа этой среды для эффективного управления бизнесом.

Задачи дисциплины

- Изучение основ экономической теории и их применение к креативным индустриям.
- Анализ основных экономических процессов и явлений в сфере креативных индустрий.
- Оценка влияния экономических факторов на развитие бизнеса в данной сфере.

- Изучение методов анализа конкурентной среды и формирование стратегий бизнеса на основе этих данных.
- Разработка навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений в условиях неопределенности и изменчивости рынка креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в экономическую среду креативных индустрий
- Тема 2. Основы экономической теории и их применение в креативных индустриях
- Тема 3. Специфика рынка креативных индустрий
- Тема 4. Методы анализа экономической среды в сфере креативных индустрий
- Тема 5. Экономические процессы и явления в креативных индустриях
- Тема 6. Финансовые аспекты управления бизнесом в креативных секторах
- Тема 7. Влияние глобализации на креативные индустрии
- Тема 8. Конкурентная среда и стратегии управления бизнесом в креативных индустриях
- Тема 9. Инновации и технологические изменения в креативных сферах
- Тема 10. Маркетинговые аспекты в креативных индустриях
- Тема 11. Управление человеческими ресурсами в бизнесе креативных индустрий
- Тема 12. Экономические аспекты устойчивого развития в креативных секторах
- Тема 13. Правовые аспекты в сфере креативных индустрий
- Тема 14. Роль государства в развитии креативных индустрий
- Тема 15. Экономический анализ и планирование в креативных сферах
- Тема 16. Кейс-стади и практические примеры из креативных индустрий
- Тема 17. Экономический анализ рисков в креативных индустриях
- Тема 18. Финансовое планирование и управление бюджетом в креативных секторах
- Тема 19. Стратегии международного бизнеса в креативных индустриях
- Тема 20. Экономические аспекты управления интеллектуальной собственностью в креативных сферах
- Тема 21. Влияние социокультурных факторов на бизнес в креативных индустриях
- Тема 22. Экономические модели и теории принятия управленческих решений в креативных секторах
- Тема 23. Цифровая экономика и ее роль в развитии креативных индустрий

- Тема 24. Экономические аспекты международной торговли в сфере креативных индустрий
- Тема 25. Управление проектами в креативных областях
- Тема 26. Экономика творчества и инновации в сфере креативных индустрий
- Тема 27. Экономический анализ структуры и динамики креативных рынков
- Тема 28. Влияние экологических факторов на бизнес в креативных индустриях
- Тема 29. Экономические аспекты управления изменениями в креативных секторах

ИСКУССТВО И МИРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины

Цель дисциплины - помочь студентам развить критическое мышление, расширить культурный кругозор, изучить историю искусства и повысить уровень коммуникации. Также она может научить работать с источниками и литературой по искусству и мировой культуре, развивать эстетическое восприятие и сформировать личное отношение к искусству.

Задачи дисциплины

- ознакомить студентов с основными теоретическими понятиями и функциями, происхождением культуры и искусства, месте культурологии среди других наук;
- дать информацию об основных теориях, методах классификации видов искусств и творческой деятельности;
- ознакомить студентов с основными хронологическими этапами развития культуры и искусства, художественными стилями и направлениями, основными памятниками и персоналиями мировой и российской культуры и креативной индустрии;
- заложить основы системного подхода к межпредметным исследованиям, включающим изучение культуры, искусства и дизайна и их связей с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического, в том числе текущего, периода;
- сформировать навыки использования профессиональной терминологии культурологии и креативных индустрий, аргументирования собственного мнения;
- сформировать у студентов потребность поддерживать актуальность собственных знаний и умений в данной сфере, понимания прямого отношения комплекса таких компетенций к их дальнейшей профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основные концепции и понятия дисциплины.
- Тема 2. Межкультурные коммуникации. Диалог культур. Религия и культура.
- Тема 3. Происхождение культуры и искусства. Первобытный период.
- Тема 4. Основные черты и хронологические этапы развития европейской культуры до новейшего времени.
- Тема 5. Основные особенности и хронологические этапы развития культуры России.
- Тема 6. Особенности развития культуры Европы и Северной Америки в новейшее время.
- Тема 7. Особенности развития и сегодняшнего дня исламской культуры и искусства.
- Тема 8. Особенности развития и сегодняшнего дня культуры и искусства Индии и Китая.

ФИЛОСОФИЯ

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины помочь студентам развить критическое мышление, научиться анализировать и оценивать различные точки зрения, а также расширить их кругозор и понимание мира в целом. Философия помогает студентам научиться мыслить логически, рассуждать, анализировать и делать выводы из полученных знаний. Кроме того, она помогает развить умение критически оценивать информацию, что является важным навыком в современном мире, где информация может быть недостоверной или неполной.

Задачи дисциплины

- развитие критического мышления и способности анализировать и оценивать информацию
- расширение кругозора и понимание мира в его многообразии
- формирование умения рассуждать и делать выводы на основе полученных знаний
- развитие логического мышления и умения аргументировать свою точку зрения
- формирование мировоззрения и системы ценностей
- развитие умения общаться и вести дискуссии на философские темы.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Философия: теория и практика
- Тема 2. Человек в центре философского вопрошания
- Тема 3. Философия культуры
- Тема 4. Философия творчества
- Тема 5. Экзистенциальные вызовы современности
- Тема 6. Человек в оптике экзистенциализма

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и навыков, обучающихся в области основ регулирования организации и развития в РФ креативных (творческих) индустрий как базового сектора креативной экономики.

Задачи дисциплины

- Изучить развитие и внедрение в Российской Федерации элементов креативной экономики;
- Ознакомить студентов с теорией и практикой креативных индустрий;
- Познакомить студентов с законодательной базой креативной экономики в области обеспечения защиты прав на их использование

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основные термины и понятия правового регулирования креативных индустрий
- Тема 2. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации в сфере креативных индустрий
- Тема 3. Виды креативных индустрий. Критерия определения субъектов креативных индустрий. Инфраструктура креативных индустрий
- Тема 4. Особенности поддержки субъектов креативных индустрий
- Тема 5. Условия предоставления мер государственной поддержки в сфере креативных индустрий

ОСНОВЫ РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ И НАУЧНОЙ РЕЧИ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - ознакомить бакалавров с основами научного и официально-делового функциональных стилей современного русского литературного языка; систематизировать и углубить знания в области русского языка и культуры речи; сформировать умения и навыки создавать тексты и документы разных типов; заложить основы профессиональной компетенции в области деловой коммуникации в сфере менеджмента в креативных индустриях.

Задачи дисциплины

- изучить особенности научного и официально-делового функциональных стилей современного русского литературного языка, их жанровое разнообразие; рассмотреть наиболее типичные речевые ошибки, встречающиеся в научных текстах и деловых бумагах;

- освоить языковые и текстовые нормы научного текста и делового письма;
- научиться самостоятельно составлять тексты научного и официально-делового стилей;
- овладеть этическими нормами и правилами общения с коллегами разных национальностей, навыками эффективного делового общения с людьми, принадлежащими к разным культурным общностям;
- овладеть навыками публичного выступления.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Функциональные стили современного русского языка. Типы речи
- Тема 2. Нормы современного русского литературного языка. Культура русской речи
- Тема 3. Общая характеристика научного стиля. Жанры научного стиля.
- Тема 4. Конспектирование текста. Основы библиографии.
- Тема 5. Аннотирование текста. Реферирование текста.
- Тема 6. Официально-деловой стиль, его особенности. Культура деловой письменной речи.
- Тема 7. Виды служебных документов и деловых писем. Особенности языка служебных документов.
- Тема 8. Основы практической риторики. Публичное выступление.

ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний, умений и навыков в области психологии, психологии бизнеса, применение психологических знаний для решения практических задач в бизнесе.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- Сформировать представление о различных биологических, социологических и психологических концепциях, объясняющих причины формирования личности в обществе
- Изучить основные понятия, механизмы и закономерности функционирования психики при наличии у личности различных форм поведения
- Сформировать практические умения использования психологических знаний на практике
- Формирование системы знаний о психологических качествах, важных для человека в бизнесе

- Анализ перспектив развития психологии бизнеса как особого направления психологического познания

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы психологии. Введение. Цели, задачи, основные понятия.
- Тема 2. Психология познавательных процессов
- Тема 3. Психология регулятивных процессов
- Тема 4. Психология личности
- Тема 5. Психология бизнеса как новое направление в психологической науке
- Тема 6. Субъекты бизнеса. Психологический анализ деятельности субъектов бизнеса
- Тема 7. Психологическое сопровождение бизнеса
- Тема 8. Самоопределение личности в бизнесе
- Тема 9. Психология принятия решений в бизнесе

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование знаний, умений и практических навыков у обучающихся, необходимых для управления проектами в том числе в сфере креативных индустрий, развитие способности и готовности адекватно и эффективно использовать проектную деятельность для достижения целей развития.

Задачи дисциплины

- изучение основных методов и технологий управления проектами: создание концепции проекта, команды проекта, планирование проекта, реализация и т.д.;
- изучение основных технологий проектного управления: характеристики, способы применения, ограничения, достоинства, недостатки, область использования (применения) и т.д.;
- формирование и развитие теоретических знаний и практических навыков в области управления проектами.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Управление проектами: основные понятия. Внешняя и внутренняя среда проекта.
- Тема 2. Экономические аспекты проекта.
- Тема 3. Правовые формы организации бизнеса и разработка проектов.
- Тема 4. Эффект и эффективность реализации проекта.
- Тема 5. Управление проектными рисками.

- Тема 6. Планирование проекта. Иерархическая структура работ
- Тема 7. Сетевой анализ и календарное планирование проекта.
- Тема 8. Формирование финансовых ресурсов проекта.
- Тема 9. Управление коммуникациями проекта.
- Тема 10. Контроль реализации проекта. управление изменениями.
- Тема 11. Управление качеством проекта.
- Тема 12. Логистика проекта и управление контрактами. Закрытие проекта. Основные процедуры.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО

Цель дисциплины

Цель дисциплины - изучение основных положений предпринимательского права, формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности в области юриспруденции, а также развитие правосознания и правовой культуры.

Задачи дисциплины

- Изучить основные понятия, институты и принципы предпринимательского права
- Освоить законодательство Российской Федерации в области предпринимательского права и судебную практику его применения
- Научиться анализировать и толковать правовые нормы, регулирующие предпринимательские отношения
- Разбираться в особенностях правового регулирования различных видов предпринимательской деятельности (например, торговля, производство, услуги и т.д.)
- Научиться применять нормы предпринимательского законодательства при разрешении правовых конфликтов и споров
- Развивать навыки работы с правовыми базами данных и другими источниками информации для поиска и анализа правовых норм
- Формировать уважительное отношение к законодательству и правопорядку, развивать правовую культуру и грамотность

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Юридические лица как субъекты гражданских и предпринимательских правоотношений (общая характеристика). Публично-правовые образования как участники гражданских правоотношений
- Тема 2. Имущественная основа предпринимательской деятельности.

- Тема 3. Понятие и условия договора. Классификация договоров. Заключение, изменение и прекращения договора. Договоры в области предпринимательства
- Тема 4. Предпринимательство и предпринимательское право. Источники предпринимательского права. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Правовой статус предпринимателя
- Тема 5. Государственное регулирование и контроль в сфере предпринимательской деятельности. Государственно-частное партнерство. Правовое регулирование конкуренции и ограничения монополистической деятельности.
- Тема 6. Правовое регулирование торговой деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности.
- Тема 7. Досудебный порядок защиты прав предпринимателей. Судебная защита прав предпринимателей

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - обучить студентов принципам и методам разработки и реализации проектов в сфере креативных индустрий с учетом специфики данной отрасли.

Задачи дисциплины

- Изучение основных понятий и определений, связанных с креативными индустриями, их особенностей и тенденций развития.
- Обучение студентов основам бизнес-планирования, включая разработку концепции проекта, определение его целей и задач, анализ рынка и целевой аудитории, а также оценку рисков и возможностей.
- Освоение методов сбора и анализа информации для формирования стратегии развития проекта в креативной индустрии.
- Изучение подходов к разработке маркетинговой стратегии и определению каналов продвижения продукта или услуги в креативной сфере.
- Обучение принципам управления проектами в креативных индустриях, включая планирование ресурсов, организацию работы команды и контроль выполнения задач. б. Формирование навыков презентации и защиты бизнес-плана, а также подготовка к переговорам с потенциальными инвесторами и партнерами.
- Развитие критического мышления, креативности и предпринимательских компетенций, необходимых для успешной реализации проектов в креативных отраслях.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1.	Основные концепции и понятия дисциплины. Цели и виды планирования.
Тема 2.	Структура и последовательность разработки бизнес-плана.
Тема 3.	Разработка идеи проекта.
Тема 4.	Разработка разделов анализа рынка, маркетинга и продаж.
Тема 5.	Разработка плана производства и организационного плана.
Тема 6.	Разработка инвестиционного и финансового плана.
Тема 7.	Оценка эффективности и рисков. Финализация бизнес-плана.

ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ПРОТОКОЛА В БИЗНЕСЕ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для профессионального общения в сфере делового управления в бизнесе.

Задачи дисциплины

- изучение правил и норм поведения в различных ситуациях, связанных с официальными и деловыми мероприятиями
- освоение принципов организации и проведения встреч на высоком уровне
- формирование навыков ведения переговоров
- изучение истории и традиций дипломатического и делового этикета разных стран.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1.	Введение. Международный этикет и протокол делового общения.
Тема 2.	Протокольные и этикетные требования к деловым коммуникациям.
Тема 3.	Сущность, цели, особенности, специфические отличия, задачи делового, международного протокола в бизнесе
Тема 4.	Практика делового протокола в бизнесе

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование коммуникативной компетенции обучающихся в двух ее составляющих: общей коммуникативной компетенции как части социальной компетенции обучающегося. Формирование общей коммуникативной компетенции обеспечивает социальную компетенцию выпускника как способность и готовность

осуществлять речевую деятельность средствами английского языка в большинстве стандартных ситуаций общения.

Задачи дисциплины

- сформировать знания, умения и практический опыт применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности, используя иностранный язык в своей специальности: понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на заслуживающих доверия сайтах;
- сформировать понятие языка как системы: знать нормы правила функционирования языковых единиц разных уровней, базовую и дополнительную лексику, грамматический минимум в объеме, необходимом для эффективной коммуникации в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации;
- приобрести практический опыт адекватного реагирования в ситуациях бытового, академического и профессионального общения;
- научиться правильно, непротиворечиво и аргументированно строить устную и письменную речь, применяя в практической деятельности основные коммуникативные формулы и клише для практического осуществления групповой коммуникации на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины:

- | | |
|---------|---|
| Тема 1. | Общение. Повседневное общение. Деловое общение. Устная и письменная передача информации. |
| Тема 2. | Окружающая среда. Проблемы окружающей среды. Защита окружающей среды. Город и деревня. Личная среда человека. |
| Тема 3. | Спорт. Виды спорта. Спорт и здоровье. Спорт и характер. Коммерциализация спорта. |
| Тема 4. | Медицина и здоровье. Болезни. Посещение клиники. Лечение. Профилактика. Образ жизни. Медицина и этика. |
| Тема 5. | Транспорт. Безопасность на дорогах. Жизнь в большом городе. Путешествия. |
| Тема 6. | Литература. Жанры. Некоторые известные литературные произведения и герои. |
| Тема 7. | Архитектура. Описание зданий. Архитектура города. Архитектура будущего. Дизайн. |
| Тема 8. | Глобализация. Средства массовой информации. Интернет. |
| Тема 9. | Искусство. Галереи и выставки. Живопись. Фотография. Современное искусство. |

- Тема 10. Психология. Отношения. Отношения родителей и детей. Психологический портрет.
- Тема 11. Культура. Культурные аспекты. Культура разных стран. Культурный шок.
- Тема 12. Технологии. Технологическое развитие. Жизнь без технологий. Примеры современных технологий в искусстве и дизайне.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование профессиональной коммуникативной компетенции на иностранном языке. Формирование профессиональной коммуникативной компетенции подчинено цели подготовки бакалавра и обеспечивает способность и готовность осуществлять речевую деятельность на английском языке в профессиональных ситуациях общения.

Задачи дисциплины

- сформировать знания, умения и практический опыт осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности, используя иностранный язык в своей специальности: понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на заслуживающих доверия сайтах;
- сформировать представление о различиях между стандартами формальной и неформальной деловой коммуникации на ИЯ в устной и письменной формах в условиях профессиональной деятельности, формы и правила академического и профессионального письма, необходимые для составления и редактирования текстов профессиональной направленности;
- приобрести навык понимания, анализа и структурирования информации на иностранном языке, необходимой для профессиональной деятельности

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Cinema. Genres of films, Reviews. Vocabulary.
Grammar: How to write reviews on films, Present Simple.
Practical skills: Writing a review
Кино. Жанры фильмов. Как написать рецензию на фильм
Грамматика: грамматические структуры для описания действия в настоящем.

- Тема 2. Практические навыки: написание рецензии
 Game design. Video games industry.
 Grammar: Adjectives to describe the game, Perfect Perfect Tense vs Past Simple.
 Using Gerund and Infinitive.
 Practical skills: Team work making a short presentation about a video game you know
 Геймдизайн. Индустрия видеоигр.
 Грамматика: Прилагательные для описания видеоигр, Настоящее Совершенное и Прошедшее Простое (их отличия), использование герундия и инфинитива.
 Практические навыки: командная работа с презентацией видеоигры
- Тема 3. Film studies. Professional Vocabulary. Extreme adjectives and Linkers.
 Grammar: Modal Verbs and Related Phrases
 Practical Skills: explaining the words and phrases from new vocabulary
 Съёмочный процесс, Профессиональная лексика. Экстремальные прилагательные и соединительные слова.
 Грамматика: модальные глаголы и связанные с ними фразы
 Практические навыки: разговорная практика, аргументация
- Тема 4. Jobs and stages in Filmmaking (pre-production, production and post-production), Writing a Professional Email. Changing arrangements
 Practical Skills: writing a professional email
 Стадии в видеопроизводстве. Профессиональная переписка.
 Практические навыки:
 написание профессионального (делового) письма
- Тема 5. Giving a talk. Taking notes, Abbreviations. Pitching an idea.
 Grammar: Phrases for Introduction Main body and Conclusion.
 Practical Skills: writing email about pitching your idea
 Выступление с речью. Использование сокращений. Питчинг идеи
 Практические навыки: написание заявки на участие в питчинге
- Тема 6. Emailing. Habits. Interviews.
 Practical Skills: Learning how to write a professional email, speaking practice, learning how to make questions for the interview
 Написание имейла. Обсуждение привычек (для разговорной практики и практики формулирования вопросов), формулирование вопросов для интервью.

- Грамматика: составление вопросов (вспомогательные глаголы)
Практические навыки: профессиональное написание имейла, разговорная практика
- Тема 7. Good prospects. What it is to be an expert. Asking questions.
Grammar: Used to and Would
Перспективы для работы. Что значит быть экспертом в своем деле; умение задавать вопросы.
Грамматика: Привычки в прошлом
Практические навыки: коммуникативные навыки
- Тема 8. Email to a potential employer. An application letter, Writing a personal statement
Grammar: Using different tenses
Practical Skills: Writing an email to the employer in order to apply for a job. Writing a personal statement
Язык письма; Письмо потенциальному работодателю; Сопроводительное письмо, написание личного заявления
Грамматика: использование разных времен
Практические навыки:
Ведение переписки с иностранными клиентами

КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области системного и критического мышления, создание у них общего представления о логических методах, используемых в области их профессиональной деятельности, формирование практических навыков рационального и эффективного проблемно-ориентированного, критического мышления.

Задачи дисциплины:

- ознакомление обучающихся с природой и сущностью системно - критического мышления;
- формирование представления о понятийном аппарате важнейших элементов системно - критического мышления;
- уметь работать с литературными источниками и находить необходимую информацию для решения научных и профессиональных задач на основе системно-критического подхода;
- анализировать, структурировать, обоснованно излагать и наглядно представлять информацию в сфере профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Сущность и принципы системного подхода

Тема 2. Структура личности и системное мышление

Тема 3. Анализ и синтез с позиции системного подхода

Тема 4. Логические основы мышления

Тема 5. Критическое мышление и его роль в современном мире

Тема 6. Технологии развития критического мышления

Тема 7. Критическое мышление как познавательная и интеллектуальная деятельность

Тема 8. Методы обращения с проблемами

КОМАНДНАЯ РАБОТА И ЛИДЕРСТВО

Цель дисциплины: помочь студентам научиться эффективно работать в команде и развивать лидерские качества. Дисциплина может быть полезна для студентов, которые хотят улучшить свои навыки работы в коллективе и стать более успешными в своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

-научиться эффективно общаться друг с другом, слушать и понимать точку зрения других членов команды, а также выразить свои мысли и идеи четко и ясно

-научиться работать вместе, разделять задачи и ответственность, а также находить компромиссы и решать конфликты

-изучить как мотивировать других членов команды и управлять своим временем, чтобы достичь общей цели

-развить у студентов свои лидерские навыки, научиться принимать решения, делегировать задачи и контролировать выполнение работы

-изучить способы разрешения конфликтов в команде, научиться находить компромиссы, чтобы сохранить отношения и достигнуть общей цели

-научиться оценивать результаты.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Основы командной работы

Тема 2. Работа в команде

Тема 3. Мотивация и управление временем

Тема 4. Лидерство

Тема 5. Работа с конфликтами

Тема 6. Оценка результатов. Командные проекты

Тема 7. Лидерство и управление проектами

Тема 8. Развитие командных навыков

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

Цель дисциплины

Цель дисциплины «Дизайн-мышление» – заключается в развитии креативного мышления, способности к инновациям и решению проблем с учетом человеческих потребностей.

Задачи дисциплины:

- Обучение студентов принципам и методам дизайн-мышления для эффективного решения сложных задач.
- Развитие навыков анализа проблем, выявления потребностей пользователей и создания уникальных концепций.
- Поддержка развития эмпатии и понимания разнообразных точек зрения для создания более гармоничных и востребованных продуктов.
- Повышение уровня коммуникации и сотрудничества в рамках команды для достижения общей цели проекта.
- Применение дизайнерских инструментов и техник для создания инновационных и удобных решений, соответствующих потребностям пользователей.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в дизайн-мышление
- Тема 2. Этапы дизайн-мышления
- Тема 3. Инструменты дизайн-мышления
- Тема 4. Эмпатия и понимание потребностей пользователей
- Тема 5. Креативное мышление и генерация идей
- Тема 6. Прототипирование и тестирование
- Тема 7. Применение дизайн-мышления в различных областях

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Цель дисциплины: помочь студентам понять, как работают финансы, и научить их принимать разумные финансовые решения. Это включает в себя понимание основных финансовых понятий, таких как бюджетирование, инвестирование, страхование и налоги, а также умение управлять своими финансами и принимать решения на основе этих знаний.

Задачи дисциплины:

- дать студентам базовые знания о финансовых инструментах и их использовании
- научить студентов составлять бюджет и управлять своими финансами
- объяснить студентам, как инвестировать свои деньги и как выбрать подходящие инвестиции
- рассказать студентам о страховании и его роли в защите от финансовых рисков
- обучить студентов налоговым правилам и процедурам
- помочь студентам развить навыки принятия решений на основе финансовых данных

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы финансовой грамотности
- Тема 2. Инвестиции
- Тема 3. Страхование

- Тема 4. Налогообложение.
Тема 5. Банковские услуги.
Тема 6. Пенсионные накопления.
Тема 7. Управление личными финансами.
Тема 8. Финансовая безопасность.
Тема 9. Финансовые продукты и услуги.
Тема 10. Финансовое планирование

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов комплексного понимания ключевых аспектов международного бизнеса, изучение особенностей ведения бизнеса на международном уровне, а также формирование практических навыков принятия обоснованных управленческих решений в условиях глобализации мировой экономики.

Задачи дисциплины

- Изучить теоретические основы международного бизнеса, его специфику и тенденции развития.
- Рассмотреть основные формы и методы ведения международного бизнеса.
- Проанализировать международную маркетинговую среду и особенности принятия маркетинговых решений в международном бизнесе.
- Изучить основные аспекты международного финансового менеджмента и налогообложения.
- Познакомиться с основами международного корпоративного управления и управления рисками.
- Изучить особенности международного инвестиционного анализа и методов оценки проектов.
- Сформировать практические навыки анализа международной бизнес-среды и оценки инвестиционных проектов.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Международный бизнес, его особенности и формы
Тема 2. Правовая среда международного бизнеса
Тема 3. Международный бизнес и эволюция глобальной деловой среды
Тема 4. Предприятия в международном бизнесе
Тема 5. Мир международной компании: вопросы мотивации и организации

Тема 6. Управление международным бизнесом

Тема 7. Особенности ведения бизнеса в различных странах и регионах

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ И БИЗНЕСЕ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - дать студентам знания и навыки, необходимые для эффективного использования цифровых технологий в маркетинге и ведении бизнеса.

Задачи дисциплины

- Изучение основных понятий и принципов цифрового маркетинга и бизнеса.
- Освоение инструментов и методов сбора и анализа данных в цифровом маркетинге.
- Изучение особенностей создания и оптимизации сайтов и мобильных приложений для бизнеса.
- Освоение методов работы с социальными сетями и другими платформами для продвижения товаров и услуг.
- Изучение основ аналитики и оценки эффективности цифровых маркетинговых кампаний.
- Получение навыков разработки и реализации стратегий цифрового маркетинга.
- Изучение возможностей использования искусственного интеллекта, больших данных и других современных технологий для оптимизации бизнес-процессов.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Использование цифровых технологий в маркетинге и бизнесе
- Тема 2. Цифровые технологии в бизнесе
- Тема 3. Роль кибербезопасности в маркетинге и бизнесе
- Тема 4. Big data в маркетинге и бизнесе
- Тема 5. Программное обеспечение для автоматизации маркетинга и бизнеса
- Тема 6. Автоматизация маркетинговых процессов
- Тема 7. Перспективы цифровых технологий в маркетинге и бизнесе

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 дисциплины:

- ознакомить с современными теоретическими представлениями о сущности и концепциях 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:

- Тема 1. Введение в дисциплину. Маркетинг: определение, исторические концепции, основные принципы, цели, задачи и функции. Маркетинг-микс, 4П.
- Тема 2. Маркетинговые исследования.
- Тема 3. Основы изучения и анализа поведения потребителей.
- Тема 4. Управление товаром в системе маркетинговой деятельности предприятия.
- Тема 5. Политика ценообразования и сбытовая политика в системе маркетинговой деятельности.
- Тема 6. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
- Тема 7. Стратегический маркетинг на предприятии.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексных знаний и навыков в области ведения международного бизнеса и разработки эффективных маркетинговых стратегий для выхода на зарубежные рынки.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление с теоретическими основами и практическими аспектами международного маркетинга.

- Изучение специфики работы на зарубежных рынках, культурных особенностей и законодательства разных стран.
- Получение знаний о методах анализа и оценки зарубежного рынка, а также о технологиях проникновения на него.
- Развитие навыков разработки международных маркетинговых стратегий и планов.
- Формирование компетенций в области управления международными маркетинговыми кампаниями, оценки их эффективности и внесения корректировок.
- Изучение современных инструментов и технологий международного маркетинга, включая цифровой и контент-маркетинг, социальные медиа, прямой маркетинг и др.
- Приобретение навыков работы в условиях глобализации и интеграции мировых рынков, а также в условиях конкуренции с транснациональными компаниями.
- Формирование понимания социальной ответственности и этических аспектов международного маркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Особенности построения международных брендов
- Тема 2. Международные рекламные и консалтинговые компании
- Тема 3. Локализация брендов для местного рынка
- Тема 4. Культурные и этические особенности в международном маркетинге
- Тема 5. Продвижение рекламных кампаний для международных рынков
- Тема 6. Организационно-правовые формы выхода компаний на мировые рынки
- Тема 7. Интегрированные стратегии международного бизнеса

ЛИДЕРСТВО И ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - обучить студентов основным принципам и практикам лидерства в контексте организационной структуры и управления. Главной целью является развитие у студентов навыков эффективного лидерства и понимания важности теорий организации для успешного управления в современной бизнес-среде.

Задачи дисциплины

- Изучение основных теорий лидерства: анализ различных подходов к лидерству, роли лидера в организации, стилей лидерства и их влияния на эффективность работы коллектива.

- Разработка лидерских навыков: обучение студентов основам эффективного коммуникации, мотивации сотрудников, управления конфликтами, принятия решений и формирования высокопроизводительных команд.
- Изучение основных концепций теории организации: понимание структуры и культуры организации, процессов принятия управленческих решений, организационного поведения и изменений в организации.
- Анализ современных тенденций в области лидерства и теории организации: изучение актуальных методов и инструментов управления, адаптация к изменяющимся условиям бизнес-среды, учет технологических инноваций и глобализации.
- Применение полученных знаний на практике: разработка кейсов, симуляций и проектов, которые позволят студентам применить теоретические знания в реальных ситуациях управления и лидерства.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основные концепции лидерства
- Тема 2. Коммуникация и мотивация
- Тема 3. Управление конфликтами и принятие решений
- Тема 4. Формирование высокопроизводительных команд
- Тема 5. Структура и культура организации
- Тема 6. Процессы управления и принятия решений
- Тема 7. Организационное поведение
- Тема 8. Инновации и изменения в организации

ПРОЕКТНЫЙ ПРАКТИКУМ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: приобретение студентами практических навыков и компетенций для создания и управления проектами в креативных индустриях, а также формирование системного подхода к разработке и реализации проектов с учетом специфики данной отрасли.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление с основными подходами, методами и инструментами управления проектами в сфере креативных индустрий.
- Изучение специфики и особенностей проектов в креативных индустриях, таких как искусство и культура, мода, дизайн, медиа и коммуникации, технологии и образование.
- Приобретение навыков планирования, организации и контроля проектной деятельности, а также управления ресурсами и коммуникациями в проекте.
- Развитие навыков работы с различными типами проектов, такими как творческие, инновационные, образовательные и т.д.
- Формирование компетенций в области анализа и оценки рисков, а также принятия решений в условиях неопределенности.

- Получение опыта работы в команде и развитие навыков лидерства и координации деятельности участников проекта.
- Обучение методам и инструментам оценки эффективности и результативности проектов в сфере креативных индустрий, а также навыкам презентации и защиты проектов перед заказчиками и инвесторами.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Анализ текущей ситуации на рынке креативных индустрий
- Тема 2. Определение целей и стратегии рекламы
- Тема 3. Определение целевой аудитории
- Тема 4. Выбор средств и носителей
- Тема 5. Определение бюджета и инструментов рекламы
- Тема 6. Составление обращений
- Тема 7. Предварительные испытания

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - дать студентам теоретические знания и практические навыки для успешной работы в сфере цифрового маркетинга.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- Изучение основных принципов и методов цифрового маркетинга.
- Освоение инструментов и технологий, используемых в цифровом маркетинге.
- Развитие навыков анализа данных и принятия решений на основе данных.
- Обучение работе с социальными медиа и другим каналам коммуникации.
- Формирование понимания важности маркетинговых исследований и аналитики.
- Развитие навыков планирования и управления маркетинговыми кампаниями.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в цифровой маркетинг
- Тема 2. Развитие бизнеса и технологий. Разработка стратегии цифрового маркетинга
- Тема 3. Performance-маркетинг
- Тема 4. Маркетинг, управляемый данными (data-driven маркетинг)

- Тема 5. Маркетинговая команда
Тема 6. Искусственный интеллект в сфере цифрового маркетинга
Тема 7. Большие данные в сфере цифрового маркетинга

АКАДЕМИЧЕСКОЕ ПИСЬМО

Цель дисциплины

Целью обучить студентов правилам оформления научных текстов, цитирования источников, этике научных исследований, а также развить у них навыки поиска, анализа и структурирования информации. В результате изучения дисциплины студенты должны быть способны самостоятельно проводить исследования, писать научные тексты, правильно оформлять источники, а также соблюдать академическую этику. Кроме того, целью дисциплины является подготовка студентов к публикации научных статей, защите выпускной работ

Задачи дисциплины

- Ознакомление студентов с основными принципами и правилами академического письма.
- Обучение студентов правилам цитирования и оформления источников в научных работах.
- Развитие навыков планирования и структурирования научных исследований.
- Обучение методам поиска и анализа информации для научных исследований.
- Тренировка студентов в написании аннотаций, рефератов и научных текстов.
- Освоение правил оформления списка литературы и библиографии в соответствии с академическими стандартами.
- Обучение этике научных исследований, включая проблему плагиата и его предотвращение.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в академическую грамотность
Тема 2. Основные принципы написания научных текстов
Тема 3. Цитирование и правила оформления источников
Тема 4. Планирование и структурирование научной работы
Тема 5. Поиск и анализ информации для исследований
Тема 6. Написание аннотаций и рефератов
Тема 7. Оформление списка литературы и библиографии
Тема 8. Этика и плагиат в научных исследованиях
Тема 9. Подготовка к написанию выпускной квалификационной работы

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. СТАРТАПЫ И ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Цель дисциплины: дать студентам знания, умения и навыки, необходимые для успешного создания и развития собственного бизнеса, а также для работы в сфере венчурного финансирования.

Задачи дисциплины:

- Изучить основы предпринимательства и венчурного финансирования.
- Понять, как разработать и оценить бизнес-идею.
- Освоить методы привлечения инвестиций и управления проектами.
- Научиться анализировать рынок и конкурентов.
- Разработать стратегию развития своего бизнеса или проекта.
- Получить практические навыки работы в команде и управления рисками

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы предпринимательства, формы и виды предпринимательской деятельности.
- Тема 2. Выбор и оценка сферы предпринимательской деятельности
- Тема 3. Организация и развитие собственного дела. Стартап. Разработка бизнес-проекта
- Тема 4. Правовое регулирование предпринимательской деятельности
- Тема 5. Разработка стратегии финансирования предпринимательской деятельности. Венчурное финансирование
- Тема 6. Планирование денежных потоков предпринимательской деятельности
- Тема 7. Предпринимательский риск: оценка и управление. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности
- Тема 8. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Цель дисциплины: сформировать у студентов знания, умения и навыки в области поведения потребителей, их предпочтения и мотивацию при выборе товаров и услуг.

Задачи дисциплины:

- Основные факторы, влияющие на поведение потребителей;
- Процесс принятия решения о покупке;
- Моделирование потребительского поведения;
- Методы исследования потребительского поведения;
- Применение полученных знаний на практике для повышения эффективности маркетинговых стратегий.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Поведение потребителя: развитие подходов к пониманию поведения потребителей
- Тема 2. Методология изучения потребительского поведения. Практические аспекты поведения потребителей
- Тема 3. Консьюмеризм, этика и социальная политика
- Тема 4. Психология поведения потребителей
- Тема 5. Обучение. Маркетинговые применения теорий познания
- Тема 6. Использование мотивационных исследований в маркетинге. Практические аспекты
- Тема 7. Эмпирические аспекты потребления. Эмоции и их влияние на поведение потребителя
- Тема 8. Потребительские установки

ТРЕНДВОЧИНГ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области анализа и прогнозирования тенденций развития креативных сфер и принятия решений по формированию адаптированных моделей бизнеса, кросс-функциональных процессов организации для создания дизайна будущего.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- раскрыть методы и инструменты мониторинга и прогнозирования процессов формирования тенденций развития креативных сфер;
- раскрыть принципы выбора методов исследования в процессе трендвочинга;
- продемонстрировать особенности разработки новых продуктов и проектирования бизнеса в дизайне и моде на основе трендвочинга

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Обоснование потребности в трендвочинге в период быстрой смены эстетических моделей. Понятие и сущность трендвочинга.
- Тема 2. Методы и инструменты мониторинга новых трендов прогнозирование их востребованности и успешности у конечного потребителя в будущем
- Тема 3. Социальные, культурные и дизайн- исследования как инструменты комплексного подхода для определения визуальных предпочтений и эмоциональных склонностей потребителя и выявления краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных тенденций развития в креативной сфере

- Тема 4. Информационная база трендовочинга и методы генерации и активизации новых идей в рамках выявленного тренда
- Тема 5. Бизнес-моделирование и сопроводительный консалтинг для трансформации новых идей
- Тема 6. Внедрение кросс-функционального процесса организации для создания топ- продукта, дизайна будущего, 3D- моделирования и продюсирование онлайн-коллекций и других продуктов креативных индустрий
- Тема 7. Моделирование кросс- функционального процесса организации или административного регламента организации в креативной сфере на основе результатов трендовочинга. Методы и варианты бизнес - моделирования
- Тема 8. Бизнес-консалтинг по вопросам разработки и усовершенствования регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации креативной индустрии

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексного понимания принципов и методов проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, а также навыков их применения для принятия обоснованных маркетинговых решений и повышения конкурентоспособности компании.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий, принципов и методов маркетинговых исследований и ситуационного анализа.
- Овладение навыками сбора и анализа маркетинговой информации.
- Освоение методик проведения маркетинговых исследований.
- Формирование умений применять ситуационный анализ для принятия маркетинговых решений.
- Изучение инструментов и техник обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований.
- Формирование навыка разработки и проведения маркетинговых кампаний на основе результатов исследований и ситуационного анализа.
- Развитие способности анализировать и оценивать эффективность маркетинговых решений, принятых на основе исследований и ситуационного анализа.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы маркетинговых исследований
- Тема 2. Дизайн исследования и типы данных

Тема 3.	Вторичное исследование
Тема 4.	Введение в количественные исследования и методы количественных исследований
Тема 5	Количественные методы исследования рынка и потребителя. Анализ данных
Тема 6	Обобщение данных + построение и анализ таблицы непредвиденных обстоятельств. Отношения
Тема 7	Сравнение групп (параметрические тесты, непараметрические тесты)
Тема 8	Кластерный анализ + другие методы
Тема 9.	Вводная лекция
Тема 10.	Выборка
Тема 11.	Качественные методы исследования
Тема 12.	Электронное исследование
Тема 13	Качественный анализ
Тема 14	Реклама и исследование аудитории
Тема 15	Дизайн анкеты
Тема 16	Международные и другие ситуации исследования рынка. Брифинг по сдаче итогового задания

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины: формирование понимания значимости креативной экономики для развития общества и отдельных предприятий, а также изучение методов и инструментов управления процессами в этой сфере.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление студентов с основными понятиями и определениями в области креативной экономики.
- Изучение роли и места креативной экономики в современном обществе и экономике.
- Исследование специфики и особенностей управления процессами в креативной экономике.
- Освоение методов оценки эффективности проектов и мероприятий в сфере креативной экономики.
- Формирование навыков работы с инновационными проектами и продуктами в креативной сфере.
- Развитие умений анализировать и интерпретировать данные о состоянии и развитии креативной экономики на различных уровнях (национальном, региональном, отраслевом).

- Приобретение знаний о механизмах и инструментах государственного регулирования и поддержки креативных индустрий.
- Изучение международного опыта развития креативной экономики и возможностей его применения в условиях России.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основные концепции и понятия дисциплины. Подходы к измерению креативной экономики.
- Тема 2. Креативные индустрии РФ.
- Тема 3. Инструменты развития креативной экономики.
- Тема 4. Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании.
- Тема 5. Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике.
- Тема 6. Бизнес и инвестиции в креативных индустриях.
- Тема 7. Понятие и виды международной конкурентоспособности.
- Тема 8. Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

Цель дисциплины: является формирование комплексного понимания принципов, методов и подходов стратегического маркетинга и планирования в сфере креативных индустрий, а также развитие навыков их применения в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- Изучить основные понятия, принципы и методы стратегического маркетинга и планирования.
- Сформировать навыки сбора и анализа информации о рынке и потребителях.
- Разработать стратегии маркетинга и планы для предприятий в сфере креативных индустрий.
- Изучить методы оценки эффективности маркетинговых стратегий и планов.
- Сформировать навык разработки и реализации маркетинговых кампаний.
- Развивать способность анализировать и оценивать результаты маркетинговых стратегий и планов.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в стратегию

- Тема 2. Альтернативные модели и этапы разработки маркетинговой стратегии
- Тема 3. Принятие стратегических решений и стратегический выбор
- Тема 4. Реализация стратегии: структура, системы, культура и изменения
- Тема 5. Специализированные маркетинговые стратегии: международная, кросскультурная, маркетинга территорий
- Тема 6. Методология управления Стратегическим маркетингом

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексных знаний, умений и навыков в области управления человеческими ресурсами на предприятиях креативного сектора. Этот курс направлен на то, чтобы помочь студентам понять особенности управления людьми в креативной среде, освоить методы эффективного привлечения, отбора, адаптации, обучения и мотивации сотрудников, а также научиться решать возникающие проблемы и вопросы, связанные с управлением персоналом.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий, принципов и методов управления человеческими ресурсами в контексте креативной индустрии.
- Освоение методик анализа и оценки эффективности кадровой политики на предприятиях креативной сферы.
- Формирование навыков разработки и реализации стратегий и планов по управлению человеческими ресурсами.
- Обучение методам и инструментам привлечения, отбора и адаптации персонала для работы в креативном секторе.
- Развитие компетенций в области обучения и развития персонала, включая создание программ профессионального роста и карьерного развития.
- Изучение методов оценки и повышения мотивации сотрудников в креативной сфере.
- Освоение навыков разрешения конфликтов и управления изменениями в творческих коллективах.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Управление человеческими ресурсами организации: стратегия, политика, функции
- Тема 2. Управление численностью персонала в сфере креативных индустрий

- Тема 3. Привлечение и подбор персонала в сфере креативных индустрий. Ценностное предложение работодателя
- Тема 4. Управление адаптацией и развитием человеческих ресурсов организации в сфере креативных индустрий
- Тема 5. Управление организационной культурой. Конфликты в организации в сфере креативных индустрий
- Тема 6. Мотивация и вознаграждение персонала
- Тема 7. Оценка эффективности HR функции в организации
- Тема 8. Высвобождение персонала в организации

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области управления процессами делового взаимодействия с представителями разных культур.

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:

- Тема 1. Культура: определение понятия, структура, функции, уровни изучения
- Тема 2. Модели анализа культуры
- Тема 3. Личность и культура
- Тема 4. Язык и национальная картина мира
- Тема 5. Межкультурная коммуникация
- Тема 6. Анализ и решение кросс-культурных конфликтов
- Тема 7. Воздействие национальной культуры на систему управления

ПЛАНИРОВАНИЕ, РАЗРАБОТКА И АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Цель дисциплины: обучение студентов принципам и методам создания эффективных рекламных кампаний, а также анализу их результатов. В рамках данной дисциплины студенты изучают различные аспекты разработки и реализации рекламных стратегий, знакомятся с инструментами и

технологиями, используемыми в современной рекламе, а также учатся анализировать эффективность проведенных рекламных кампаний.

Задачи дисциплины:

- понимать и определять цели и задачи рекламных кампаний для достижения успеха на рынке.
- проводить исследования и анализ целевой аудитории для определения наиболее эффективных методов привлечения внимания потребителей к продукту или услуге.
- разрабатывать стратегии рекламных кампаний на основе анализа целевой аудитории и выбора наиболее подходящих каналов коммуникации.
- изучить процессы создания и производства рекламных материалов, включая разработку
- планировать и проводить рекламные кампании, включая определение сроков, бюджета и методов коммуникации с целевой аудиторией.
- анализировать результаты рекламных кампаний с помощью различных методов, таких как измерение показателей возврата инвестиций (ROI), анализ статистики и опросов потребителей.
- адаптироваться к изменениям на рынке и корректировать рекламные кампании в соответствии с новыми требованиями и тенденциями.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы рекламной кампании, цели, задачи и ее функции
- Тема 2. Анализ рекламной кампании
- Тема 3. Выбор объектов и постановка задач рекламной кампании
- Тема 4. Медиапланирование
- Тема 5. Рекламная формула AIDA
- Тема 6. Оценка эффективности рекламной кампании

ПСИХОЛОГИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: изучение психологических аспектов творческой деятельности, а также изучение особенностей работы в сфере креативных индустрий. Эта дисциплина помогает понять, какие психологические процессы происходят в голове у творцов, как они принимают решения, как взаимодействуют с другими людьми и как можно использовать эти знания для повышения эффективности работы в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- Изучить основные психологические концепции и теории, которые применяются в креативных индустриях.
- Понять, как работает мозг творца и какие процессы происходят во время творческого процесса.
- Изучить особенности работы с творческими людьми и научиться эффективно взаимодействовать с ними.

- Научиться анализировать результаты творческой деятельности и определять, какие факторы влияют на успех или неудачу.
- Изучить методы развития креативности и научиться применять их на практике.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Предмет, объект и задачи психологии креативных индустрий.
- Тема 2. Методы психологии креативных индустрий.
- Тема 3. Психология искусства, воображения, креативности.
- Тема 4. Психология креативных профессий.
- Тема 5. Психология восприятия потребителей креативных индустрий.
- Тема 6. Психотехнологии влияния сознанием потребителей креативных индустрий.
- Тема 7. Особенности работы в сфере креативных индустрий с сообществами людей с особыми потребностями.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ПР-КАМПАНИИ

Цель дисциплины: формирование и поддержание положительного имиджа организации, продвижение ее товаров или услуг, а также установление доверия и взаимопонимания с различными целевыми аудиториями.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных теорий и концепций коммуникации и маркетинга.
- Освоение методов исследования и анализа рынка, целевой аудитории и конкурентов.
- Обучение разработке стратегий коммуникации и маркетинговых кампаний.
- Ознакомление с методами организации мероприятий, работы со СМИ и создания контента.
- Развитие навыков работы в команде и управления проектами.
- Изучение правовых и этических аспектов работы в сфере связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы PR. Что такое PR?
- Тема 2. Специфика современных масс-медиа
- Тема 3. Планирование PR
- Тема 4. Антикризисное управление
- Тема 5. PR-тренды
- Тема 6. Разработка PR-стратегии
- Тема 7. Международный, корпоративный и политический PR

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ АНАЛИЗА ДАННЫХ И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Цель дисциплины: изучение методологий управления проектами анализа данных и машинного обучения; изучение основ машинного обучения методов анализа данных; получение практических навыков решения задач анализа данных и машинного обучения; изучение основ применения проектов анализа данных и машинного обучения для решения профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- Познакомиться с общими принципами проектирования программного обеспечения;
- Изучить основные модели жизненного цикла и методологии проектирования программного обеспечения;
- Подготовить обучающихся к проектной работе по созданию программного обеспечения для решения профессиональных задач;
- Рассмотреть основные задачи машинного обучения на основе технологий и методов искусственного интеллекта;
- Познакомиться с современными программными средствами анализа данных и программного обеспечения

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Анализ данных в креативных индустриях
- Тема 2. Жизненный цикл анализа данных
- Тема 3. Интеллектуальный анализ данных
- Тема 4. Понятие машинного обучения
- Тема 5. Нейронные сети
- Тема 6. Обучение с подкреплением
- Тема 7. Основы управления ИТ проектами
- Тема 8. Организация проекта анализа данных и машинного обучения

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОМАНДНАЯ РАБОТА И ЛИДЕРСТВО

Цель дисциплины: приобрести актуальные знания, позволяющие обучающемуся принимать обоснованные планово-управленческие решения по взаимодействию участников команды на основе навыков анализа организационной ситуации с учетом видов разнообразной экономической деятельности, а также навыки осуществления практической проверки результатов и рекомендаций по лидерскому потенциалу личности в части сопровождения целей по основной деятельности предприятий реального сектора экономики (в частности связанных с креативными индустриями) или его отдельных структурных подразделений. В процессе обучения формируется системное представление об истории и современном состоянии проблемы изучения эволюции феномена лидерства, многообразия стилей

руководства, а также условий их эффективного использования в динамично изменяющихся условиях настоящей рыночной экономики. Дается системное представление о связи лидерства с основаниями использования власти, влияния и полномочий руководителя. Формируется представление о факторах успешного становления и развития проектных и управленческих команд.

Задачи дисциплины:

- исследование сущности целостной концепции лидерства, как современной философии управления человеческим капиталом (талантом) в организации;
- анализ гибких и адекватных норм социального и профессионального поведения для взаимодействия между участниками команды на горизонтальном и вертикальном уровнях менеджмента; в частности, в условиях мультикультурной среды;
- приобретение навыков поддержания эффективного пространства рабочего микроклимата для руководителя (лидера) и подчиненных (последователей);
- возможность осуществить первоначальную диагностику собственных представлений о лидерстве и власти, способах и методах ее эффективного использования для повышения лидерского потенциала личности и общей личной эффективности.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Лидерство и командообразование в современных условиях: природа, особенности, характерные черты
- Тема 2. Классические теории лидерства: личностный и поведенческий подходы
- Тема 3. Современные теории лидерства: процессинговый и ситуационный подходы
- Тема 4. Лидерство и командообразование в современных условиях ведения бизнеса
- Тема 5. Развитие лидерских качеств и навыков при командном принципе работы
- Тема 6. Гибкие методы управления при работе с командами: Agile, Scrum, Kan-ban
- Тема 7. Методы повышения личной эффективности
- Тема 8. Управление личной эффективностью в компании

**ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ**

Цель дисциплины: формирование у них компетенций, необходимых для успешной работы в креативных индустриях, таких как умение анализировать рынок, оценивать риски и возможности, привлекать инвестиции, управлять проектами, работать в команде и продвигать свои продукты на рынке.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий и принципов принятия решений в креативных индустриях.
- Анализ рынка и определение ключевых факторов, влияющих на принятие решений.
- Разработка методов оценки рисков и возможностей в креативных проектах.
- Изучение методов привлечения инвестиций и партнеров для реализации креативных проектов.
- Освоение навыков управления проектами в креативной индустрии.
- Развитие навыков работы в команде и организации работы с клиентами.
- Изучение методов маркетинга и продвижения креативных продуктов на рынке.
- Оценка эффективности управленческих решений и корректировка стратегии в зависимости от результатов.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Принятие решений в управлении разными системами
- Тема 2. Принятие решений человеком, в том числе в сфере креативных индустрий
- Тема 3. Индивидуальные различия в принятии решений
- Тема 4. Общая характеристика принятия решений
- Тема 5. Типы и модели принятия управленческих решений
- Тема 6. Принятие индивидуальных управленческих решений, принятие групповых управленческих решений

ПРОДЮСИРОВАНИЕ И МАРКЕТИНГ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины: предназначен для формирования у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области продюсерской деятельности, а также маркетинга проектов в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- 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 маркетинга 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:

- Тема 1. История возникновения продюсерской деятельности. Основы продюсерской деятельности, цели, задачи
- Тема 2. Особенности, направления и виды продюсирования в креативных индустриях
- Тема 3. Основы фандрайзинга в креативной индустрии
- Тема 4. Формирование продюсерской идеи.
- Тема 5. Продюсирование проектов и его этапы в креативных индустриях
- Тема 6. Особенности маркетинга и продвижения продюсерского проекта в креативных индустриях

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 дисциплины:

- 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:

- Тема 1. Основы менеджмента наследия и арт-пространств
- Тема 2. Особенности арт-менеджмента в социокультурной сфере
- Тема 3. Основы законодательной базы в области наследия и арт-пространств.
- Тема 4. Стратегия по привлечению человеческого потенциала в области наследия и арт-пространств.
- Тема 5. Система управления наследием и арт-пространствами
- Тема 6. Маркетинг наследия и арт-пространств.

КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

Цель дисциплины: развитие у студентов творческого мышления, навыков разработки рекламных концепций, работы с медиа и коммуникациями, а также подготовка к профессиональной деятельности в сфере маркетинга и рекламы.

Задачи дисциплины:

- Изучение основ креативной рекламы: основные понятия, принципы и методы.
- Развитие творческого мышления и решения проблем.
- Ознакомление с современными тенденциями и инновационными технологиями в рекламной сфере.
- Обучение созданию рекламных кампаний и концепций.
- Работа с различными медиа и коммуникационными каналами.
- Развитие презентационных и коммуникативных навыков.
- Подготовка к профессиональной деятельности в сфере рекламы и маркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

- | | |
|---------|---|
| Тема 1. | Введение в курс и креативность в рекламе |
| Тема 2. | Виды рекламы и креативный подход |
| Тема 3. | Креативное развитие: инструменты и средства |
| Тема 4. | Концепции и дизайн: в чем главная идея? |
| Тема 5. | Креативное построение кампании: синергия и интеграция |
| Тема 6. | Креативность в цифровых технологиях |
| Тема 7. | Международная реклама. |
| Тема 8. | Специфика и тенденции развития российской рекламы |

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины: заключается в изучении студентами современных проблем и тенденций развития маркетинговой деятельности, а также в определении перспектив развития маркетинга в будущем.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных направлений и тенденций развития маркетинга
- Анализ современных проблем и вызовов, с которыми сталкивается маркетинговая деятельность.
- Исследование перспектив и возможностей развития маркетинга в условиях цифровой трансформации экономики.
- Определение ключевых факторов успеха маркетинговой деятельности в условиях глобальной конкуренции.

- Изучение методов и инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности компаний.
- Формирование навыков анализа и оценки маркетинговых стратегий и тактик.
- Подготовка студентов к профессиональной деятельности в области маркетинга с учетом актуальных проблем и перспектив развития.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение. Эволюция в маркетинге
- Тема 2. Маркетинговая ценность
- Тема 3. SDL - сервис-доминантная логика: история и ключевые принципы
- Тема 4. Социально-этический маркетинг
- Тема 5. Эволюция языка рекламы
- Тема 6. Информационная асимметрия
- Тема 7. Омниканальность в маркетинге
- Тема 8. Глобализация в маркетинге. Маркетинг 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.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является изучение способов применения знаний о мозговой активности и психологических процессах людей для оптимизации маркетинговых стратегий и улучшения взаимодействия с потребителями.

Задачи дисциплины

- Изучение основных принципов работы мозга и влияния на поведение потребителей.
- Анализ методов нейронаучных исследований в контексте маркетинга.
- Понимание влияния эмоций, внимания и принятия решений на реакцию потребителей на маркетинговые стратегии.
- Разработка эффективных маркетинговых кампаний с учетом нейронаучных данных и принципов нейромаркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

- | | |
|---------|--|
| Тема 1. | Введение в нейромаркетинг |
| Тема 2. | Нейронаучные методы исследований |
| Тема 3. | Эмоции и потребительское поведение |
| Тема 4. | Внимание и реклама |
| Тема 5. | Принятие решений и нейромаркетинг |
| Тема 6. | Брендинг и нейромаркетинг |
| Тема 7. | Влияние социальных медиа на мозг потребителя |
| Тема 8. | Этика и будущее нейромаркетинга |

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И ВЕБ-ДИЗАЙН

Цель дисциплины: формирование знаний в области технологий и концепций создания статических web-страниц, разработки структуры web-страниц, языков программирования web-страниц, оформления страниц, передачи данных от удаленного пользователя на сервер; создание фундаментальной теоретической базы в области современных сетевых информационных технологий; формирование устойчивых умений и навыков использования инструментальных программных средств для презентации информации в сетевой среде.

Задачи дисциплины:

- теоретических знаний о глобальной компьютерной сети Интернет, способах передачи и представления информации в ней;
- теоретических знаний о применении сетевых технологий в различных сферах профессиональной таможенной деятельности;
- прикладных знаний современных технологий и методов разработки и публикации web-узлов (сайтов) в корпоративных интранет-сетях и сети Интернет;
- навыков самостоятельного использования инструментальных программных систем создания web-узлов, web-страниц и презентаций в практической таможенной деятельности;
- уметь создавать web-страницы путем написания кода HTML (XHTML) и CSS;
- уметь использовать современные инструментальные программные средства для представления информации в Интернет и интранет-сетях, проектирования web-страниц и web-узлов;
- уметь использовать современные технологии создания интерактивных web-страниц (JavaScript, CSS, PHP/ASP и др.);
- уметь создавать страницы для организации взаимодействия с посетителями web-узла;
- уметь проектировать корпоративные сайты;
- знать методы и способы разработки текстовых, расчетных и мультимедийных документов;
- знать принципы структурной организации гипертекстовых документов;
- знать современные принципы и средства создания гипертекстовых документов;
- знать современные web-технологии;
- знать особенности представления информации в сети и использования сетевых технологий в различных сферах профессиональной экономической деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Компоненты Интернет-технологий.

- Тема 2. Гипертекстовые документы. Основы HTML.
- Тема 3. Оформление web-страниц и технология таблиц каскадных стилей CSS.
- Тема 4. Создание динамически изменяемых web-страниц.
- Тема 5. Структурирование информации web-узла.

КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: заключается в обучении студентов принципам и методам создания и распространения контента для привлечения внимания целевой аудитории и стимулирования продаж.

Задачи дисциплины:

- Изучение основ контент-маркетинга и его роли в продвижении бренда и продуктов.
- Обучение студентов разработке стратегии контент-маркетинга для различных отраслей и рынков.
- Развитие навыков создания качественного и привлекательного контента для разных каналов распространения.
- Ознакомление студентов с инструментами и методами анализа эффективности контент-маркетинга.
- Формирование навыков работы с партнерами и заказчиками в рамках контент-маркетинговых проектов.
- Подготовка студентов к практической работе в области контент-маркетинга, включая создание портфолио и резюме.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Основы контент-маркетинга. Понятие, задачи и принципы.
- Тема 2. Инструменты контент-маркетинга
- Тема 3. Изучение целевой аудитории
- Тема 4. Создание маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории и увеличения продаж
- Тема 5. Показатели контент маркетинга и его оценка эффективности
- Тема 6. Цифровой контент маркетинг

МАРКЕТИНГ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

Цель дисциплины: сформировать у студентов знания, умения и навыки, необходимые для успешного продвижения мобильных приложений на рынке.

Задачи дисциплины:

- Изучить основы маркетинга мобильных приложений.
- Научить студентов разрабатывать стратегию продвижения мобильных приложений.

- Развить навыки создания и оптимизации контента для мобильных приложений.
- Ознакомить студентов с инструментами аналитики и оценки эффективности маркетинга мобильных приложений.
- Сформировать навыки работы с партнерами и подрядчиками в рамках маркетинговых проектов мобильных приложений.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1.	Вводная лекция
Тема 2.	Корпоративная мобильность – новый инструмент конкуренции компаний
Тема 3.	Ключевые тенденции корпоративной мобильности
Тема 4.	Мобильный формат общения с сотрудниками
Тема 5.	Аудио и видеосвязь “в кармане”
Тема 6.	Работа с документами и бизнес-задачами
Тема 7.	Бизнес-приложения вместо личных помощников
Тема 8.	Профильные сервисы
Тема 9.	Мобильные приложения и сервисы государственных органов

Блок 2. Практика

Обязательная часть

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Цель 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.

Задачи практики:

организационная деятельность:

- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

проектная деятельность:

- планирование деятельности организации и подразделений;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

маркетинговая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- подготовка отчетов по результатам маркетинговой деятельности.

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.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цель практики: заключается в систематизации, обобщении, закреплении и углублении теоретических знаний и умений, приобретенных обучающимися при освоении основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» в сфере креативных индустрий, на основе изучения опыта работы в данной области в организациях различных организационно-правовых форм, в которых они проходят практику.

Задачи практики:

- анализ организационной и управленческой структуры организаций;

- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);
- **проектная деятельность:**
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- оценка эффективности проектов;
- **маркетинговая деятельность: :**
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- совершенствование системы внутреннего документооборота организации;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений

Цели и задачи профессионально-творческой практики логически и содержательно взаимосвязаны с предварительным освоением студентами теоретических дисциплин.

Краткое содержание дисциплины:

Подготовительный этап.

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

Основной этап.

Проведение анализа 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

Цель практики: 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.

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 определяются 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.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Подготовка к сдаче и сдача итогового экзамена по направлению подготовки

Цель: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях.

Раздел I. Основы бизнеса, маркетинга и этики современных креативных индустрий

Раздел II. Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий

Раздел III. Фундаментальные принципы маркетинга

Раздел IV. Проектный практикум в сфере креативных индустрий

Раздел V. Предпринимательство. Стартапы и венчурное финансирование
Раздел VI. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
Раздел VII. Креативная экономика
Раздел VIII. Стратегический маркетинг и планирование в сфере креативных индустрий
Раздел IX. Управление человеческими ресурсами в креативной индустрии
Раздел X. Принятие управленческих решений в сфере креативных индустрий
Раздел XI. Продюсирование и маркетинг проектов в креативных индустриях
Раздел XII. Мировая экономика
Раздел XIII. Международные экономические отношения
Раздел XIV. Связи с общественностью и ПР-кампании
Раздел XV. Основы международного бизнеса

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Цель: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль Бренд менеджмент и маркетинг в креативных индустриях.

ФТД. Факультативные дисциплины

EVENT MARKETING

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области event-маркетинга.

Задачи дисциплины

- научиться формировать имидж компании
- уметь взаимодействовать с потенциальными партнерами
- научиться повышать уровень продаж
- научиться привлекать внимание клиента на продукт или организацию

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Event-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- Тема 2. Типология и классификация мероприятий.
- Тема 3. Event-маркетинг как инструмент создания и продвижения бренда.
- Тема 4. Стратегии event -мероприятий.
- Тема 5. Создание медиаконтента для event маркетинга.

Тема 6 Продвижение и определение эффективности event - мероприятий.

ЭТИКА В МАРКЕТИНГЕ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области этики в маркетинге.

Задачи дисциплины

- научиться формировать честность в общении, прозрачность маркетинговых коммуникаций
- создавать доверительные отношения с потребителями и уважать их права
- соблюдать законы и уважать конкуренты

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Этика и профессиональная этика.
- Тема 2. Маркетинговый аспект этики
- Тема 3. Научные подходы к этике в маркетинге
- Тема 4. Цели и задачи этики в маркетинге. Принципы этики в маркетинге
- Тема 5. Этические проблемы в маркетинге
- Тема 6. Этика в маркетинге в социальных сетях

ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области трансформации бизнеса.

Задачи дисциплины

- формирование знаний основных методов трансформации бизнеса;
- формирование умений делать выбор среди современных стратегий трансформации бизнеса;
- формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Принципы и подходы трансформации бизнеса
- Тема 2. Расширение возможностей бизнеса при его трансформации
- Тема 3. Стратегия компании трансформации
- Тема 4. Корпоративное управление
- Тема 5. Изменение бизнес-процессов в экономике
- Тема 6. Коммуникации и процессы управления в экономике
- Тема 7. Управление стратегическими переменами в экономике

ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области применения мерчандайзинга — способствование стимулированию желания посетителя торгового помещения выбрать и купить.

Задачи дисциплины

- Научить принятию решения о товарном ассортименте (адаптация ассортимента к потребностям покупателей).
- Научить совершенствованию дизайна упаковки изделий в целях роста продаж
- Использовать и совершенствовать формы и методы использования рекламы в местах торговли
- Уметь размещать рекламные материалы, содержащие сведения о товарах непосредственно в торговом месте
- Организовывать действия по популяризации конкретных партий товаров
- Реализовывать гибкую ценовую стратегию и условия закупок для точек продаж

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в курс визуальный мерчандайзинг
- Тема 2. Мерчандайзинговый подход
- Тема 3. Методы продажи товаров на основе технологий мерчандайзинга
- Тема 4. Мерчандайзинговый подход к распределению площади товарного зала , торгового оборудования
- Тема 5. Формирование атмосферы торгового зала
- Тема 6. Мерчандайзинг освещения торгового зала
- Тема 7. Управление поведением покупателя как компонент технологий мерчандайзинга. Реклама в местах продажи

SMM МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области SMM маркетинга, продвижения через социальные сети.

Задачи дисциплины

- сформировать понимание алгоритмов и принципов работы с социальными сетями;
- изучить особенности работы аналитики социальных сетей;
- научиться настраивать таргетированную рекламу в социальных сетях;
- развить навыки ведения проектов в социальных сетях;

- освоить современные инструменты, применяемые в работе с социальными сетями

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Digital-технологии в системе маркетинговых коммуникаций.
- Тема 2. Понятие, цели и особенности SMM-маркетинга.
- Тема 3. Продвижение в социальных сетях: форматы и методы.
- Тема 4. Управление репутацией бренда в социальных сетях.
- Тема 5. Поведение потребителя в социальных сетях.
- Тема 6. Оценка эффективности SMM-кампаний.

FASHION MARKETING

Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов основных теоретических знаний, умений и практических навыков в области индустрии моды в маркетинге.

Задачи дисциплины

- понимание основных принципов работы и организации бизнеса в сфере моды;
- развитие умений проводить маркетинговые исследования и анализировать данные, связанные с рынком модной индустрии;
- овладение навыками планирования и организации бизнес-процессов в сфере моды;
- овладение навыками создания бренда, управления имиджем и продвижения на рынке модной индустрии;
- развитие умений формировать и развивать команду профессионалов в области моды

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Введение в маркетинг fashion индустрии
- Тема 2. Определение целевой аудитории
- Тема 3. Разработка индивидуального брендинга
- Тема 4. Создание маркетинговой стратегии моды