Приложение 6

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

по направлению 581000 «Маркетинг», профиль «Маркетинговые коммуникации: аналитика и креативные решения»

Таблица 1. Перечень элективных дисциплин

№	Код по УП	Цикл	Дисциплины по выбору	Кредиты	Семестр	Компетенции
1	Б.1.1.8	Б.1.1 ОГЦ	1. Политология	2	2	ОК-1, СЛК-1
			2. Социология			ОК-1, ПК-19
2	Б.1.1.9	Б.1.1 ОГЦ	1. Team менеджмент в профессиональной деятельности	2	4	СЛК-1
			2. Оптимизация менеджмента в области профессиональной деятельности			СЛК-1
3	Б.1.1.10	Б.1.1 ОГЦ	1. Кыргызская литература	2	2	ОК-1, ИК-1
			2. Кыргызоведение			ОК-1, ИК-1
4	Б.1.2.6	Б.1.2 МЕН	1. Информационные технологии в маркетинге	3	3	ИК-2, ДПК-22
			2. SRM в маркетинге			ИК-2, ДПК-22
5	Б.1.2.7	Б.1.2 МЕН	1. Основы научных исследований	2	4	ИК-2, ПК-17
			2. Введение в методологию научных исследований			ИК-2, ПК-17
6	Б.1.3.40	Б.1.3 ПЦ	1. Поведенческая экономика	2	1	ПК-5
			2. E-Global studies I			по программе E-Global studies
7	Б.1.3.41	Б.1.3 ПЦ	1. Макроэкономическая политика и регулирование	2	2	ПК-4, ПК-6
			2. E-Global studies II			по программе E-Global studies
8	Б.1.3.42	Б.1.3 ПЦ	1. Международная статистика	2	3	ПК-4, ПК-6
			2. E-Global studies III			по программе E-Global studies
9	Б.1.3.43	Б.1.3 ПЦ	1. Международные стандарты финансовой отчетности	2	4	ПК-2, ПК-3
			2. E-Global studies IV			по программе E-Global studies
10	Б.1.3.44	Б.1.3 ПЦ	1. ATL коммуникации	4	6	ПК-15, ДПК-21
			2. BTL коммуникации			ПК-15, ДПК-21
11	Б.1.3.45	Б.1.3 ПЦ	1. Event маркетинг	2	8	ПК-15, ДПК-24
			2. CRM системы и программы лояльности			ПК-11, ДПК-22
12	Б.1.3.46	Б.1.3 ПЦ	1. Маркетинг и PR в социальных сетях	3	7	ПК-15, ДПК-20
			2. Логистика в маркетинге			ПК-10, ПК-11

Б.1.1. ОБЩЕГУМАНИТАРНЫЙ ЦИКЛ: ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

Аннотация дисциплины «Политология»

Название дисциплины	Политология
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Политология» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.8. Пре реквизиты: «История Кыргызской государственности», «Философия и логика», «Манасоведение». Пост реквизиты: «Экономика предприятия», «Основы маркетинга».
Цели и задачи дисциплины	Целью дисциплины «Политология» является обеспечение основными политологическими знаниями и навыками в общественно-политической жизни и профессиональной практике. Задачи дисциплины: – овладеть базой политологических знаний, теорий, идей, институтов и т.д.; – развить политическое мышление и навыки политологической рефлексии; – определить роль и значение политологических знаний применительно к конкретной профессиональной деятельности.
Компетенции	ОК-1, СЛК-1
Результаты обучения ОП (РО)	РО1, РО2, РО4, РО6 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет владеть* понятийно-категориальным аппаратом, системой знаний о сущности, содержании, структуре, функциях политики и политических институтов *будет знать* природу, структуру и виды политической власти и умеет анализировать действия политической элиты и лидеров *будет разбираться* в особенностях современного политического процесса и взаимоотношениях различных субъектов политики *будет уметь* выражать и обосновывать свою позицию по вопросам касающихся общественной жизни и умеет критически их оценивать *будет готов* к самостоятельному приращению и применению политологических знаний для решения задач в будущей профессии
Базовая литература	Акопов, Г. Л. Политика и Интернет: монография / Г.Л. Акопов. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 202 с.

Аннотация дисциплины «Социология»

Название дисциплины	Социология
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Социология» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.8. Пререквизиты: «История Кыргызской государственности», «Философия и логика», «Манасоведение» Постреквизиты: «HR-digital»
Цели и задачи дисциплины	Целью дисциплины «Социология» является формирование у обучаемых знаний о наиболее актуальных общественных процессах в сочетании с детальным изложением проблем во всех областях общественной жизни – экономической, социальной, политической и духовной. Задачи дисциплины: - познакомить студентов с суммой основных социологических знаний; -дать знания о социальных аспектах их профессиональной деятельности; - развить социологическое мышление и навык социологической рефлексии.
Компетенции	ОК-1, ПК-19
Результаты обучения ОП (РО)	РО1, РО4, РО6 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет владеть* понятийно-категориальным аппаратом, системой знаний о сущности, содержании, структуре, функциях социологии и социальных институтов *будет знать* научные картины мира и современные социологические парадигмы *будет знать* структуру и этапы проведения прикладного социологического исследования *будет обладать* готовностью к активной социальной мобильности, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности, к изменению социокультурных и социальных условий деятельности, к переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей
Базовая литература	Кухарчук, Д. В. Социология : учебник и практикум для вузов / Д. В. Кухарчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 321 с.

Аннотация дисциплины «Team менеджмент в профессиональной деятельности»

Название дисциплины	Team менеджмент в профессиональной деятельности
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Team менеджмент в профессиональной деятельности» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.9. Пре реквизиты: Основы менеджмента Пост реквизиты: Конфликт-менеджмент в организации
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: подготовка студентов, способных управлять коллективом от момента создания до вывода на уровень эффективной команды; управлять групповыми конфликтами; планировать процесс развития коллектива в сфере профессиональной деятельности. Задачи дисциплины: − изучение теоретических основ формирования и развития команды и командной работы; − создание прочного базиса для формирования и практической реализации путей повышения эффективности команд и оценки их деятельности; − овладеть стилем руководства, технологиями применения и стратегиями разрешения конфликтов.
Компетенции	СЛК-1
Результаты обучения ОП (РО)	РО2, РО4 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* основы создания команд и организационные возможности командной работы *будет знать* основы командной работы, механизмы и факторы создания высокоэффективных самоуправляемых команд *будет знать* способы разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде *будет способен* организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач *будет владеть* конкретными методами и технологиями, направленные на повышение эффективности работы команды *будет владеть* навыками управления работой команды и использования способов разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде
Базовая литература	Тевлюкова, О. Ю. Лидерство и командное развитие : учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова, Е. В. Наумова, Е. В. Комф. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 200 с.

Аннотация дисциплины «Оптимизация менеджмента в области профессиональной деятельности»

Название дисциплины	Оптимизация менеджмента в области профессиональной деятельности
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Оптимизация менеджмента в области профессиональной деятельности» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.9. Пре реквизиты: Основы менеджмента Пост реквизиты: Конфликт-менеджмент в организации
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: подготовка студентов, способных управлять коллективом от момента создания до вывода на уровень эффективной команды; управлять групповыми конфликтами; планировать процесс развития коллектива в сфере профессиональной деятельности. Задачи дисциплины: − изучение теоретических основ формирования и развития команды и командной работы; − создание прочного базиса для формирования и практической реализации путей повышения эффективности команд и оценки их деятельности; − овладеть стилем руководства, технологиями применения и стратегиями разрешения конфликтов.
Компетенции	СЛК-1
Результаты обучения ОП (РО)	РО2, РО4 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* основы создания команд и организационные возможности командной работы *будет знать* основы командной работы, механизмы и факторы создания высокоэффективных самоуправляемых команд *будет знать* способы разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде *будет способен* организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач *будет владеть* навыками управления работой команды и использования способов разрешения конфликтных ситуаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде.
Базовая литература	Тевлюкова, О. Ю. Лидерство и командное развитие : учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова, Е. В. Наумова, Е. В. Комф. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 200 с.

Аннотация дисциплины «Кыргызская литература»

Название дисциплины	Кыргызская литература
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре и пост реквизиты)	Дисциплина «Кыргызская литература» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.10. Пререквизиты: Профессиональный кыргызский язык, Манасоведение. Постреквизиты: История Кыргызской государственности, География Кыргызстана: природа, общество, экономика.
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о развитии кыргызской литературы от устного народного творчества до современной прозы и поэзии, развить культуру речи на государственном языке. Задачи дисциплины: - изучить основные этапы развития кыргызской литературы и творчество ее ведущих представителей; - развить навыки анализа художественного текста и аргументированного изложения собственной позиции; - сформировать уважение к национальной культуре и культурному многообразию.
Компетенции	ОК-1, ИК-1
Результаты обучения ОП (РО)	РО1, РО2, РО6 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	В результате изучения дисциплины студент будет: - знать основные этапы развития и жанры кыргызской литературы, творчество ее ведущих авторов (ОК-1); - уметь анализировать художественный текст, вести обсуждение на государственном языке (ИК-1); - проявлять уважение к национальной идентичности и культурному многообразию (ОК-1).
Базовая литература	Мырзакматова М.О. Кеп - маданий казына. - Б., 2024. - 285 б.

Аннотация дисциплины «Кыргызоведение»

Название дисциплины	Кыргызоведение
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре и пост реквизиты)	Дисциплина «Кыргызоведение» относится к общегуманитарному циклу (Б.1.1), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.1.10. Пререквизиты: Профессиональный кыргызский язык, Манасоведение. Постреквизиты: История Кыргызской государственности, География Кыргызстана: природа, общество, экономика.
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины: сформировать у студентов системное представление об истории, языке, культуре, традициях и духовном наследии кыргызского народа. Задачи дисциплины: - изучить основы этнографии, традиционной культуры и обычаев кыргызского народа; - рассмотреть роль языка и культурного наследия в формировании национальной идентичности; - развить навыки делового и профессионального общения на государственном языке.
Компетенции	ОК-1, ИК-1
Результаты обучения ОП (РО)	РО1, РО2, РО6 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	В результате изучения дисциплины студент будет: - знать основные элементы традиционной культуры, обычаев и духовного наследия кыргызского народа (ОК-1); - уметь использовать государственный язык в учебном и деловом общении (ИК-1); - проявлять активную гражданскую позицию и уважение к национальной идентичности (ОК-1).
Базовая литература	Джапанов А. Кыргыз тилинин фразеологиялык сөздүгү.-Б., 2020.- 658 б.

Б.1.2. МАТЕМАТИЧЕСКИЙ И ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫЙ ЦИКЛ: ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

Аннотация дисциплины «Информационные технологии в маркетинге»

Название дисциплины	Информационные технологии в маркетинге
Трудоемкость дисциплины	3 кредита (90 часов)
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре и пост реквизиты)	Дисциплина «Информационные технологии в маркетинге» относится к математическому и естественнонаучному циклу (Б.1.2), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.2.6. Пререквизиты: Информатика, Основы маркетинга Постреквизиты: Digital маркетинг, CRM системы и программы лояльности
Цели и задачи дисциплины	Цель: формирование знаний и практических навыков применения современных информационных технологий в маркетинговой деятельности для повышения эффективности маркетинговых процессов и принятия обоснованных управленческих решений. Задачи: - изучить современные IT-решения и программные продукты для автоматизации маркетинговых процессов - освоить методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых инструментов - научиться применять технологии больших данных (Big Data) в маркетинговых исследованиях - овладеть навыками работы с аналитическими платформами и системами бизнес-интеллекта
Компетенции	ИК-2, ДПК-22
Результаты обучения ОП (РО)	РО3, РО11, РО13 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: Будет способен применять современные информационные технологии для решения маркетинговых задач и обработки больших объемов данных Будет уметь использовать специализированное программное обеспечение для проведения маркетинговых исследований и анализа рыночной информации Будет владеть навыками работы с аналитическими системами и инструментами визуализации данных для принятия обоснованных маркетинговых решений
Базовая литература	Шуваев, А. В. Цифровые технологии в экономике : учебное пособие / А. В. Шуваев. — Ставрополь : АГРУС, 2024. — 104 с.

Аннотация дисциплины «SRM в маркетинге»

Название дисциплины	SRM в маркетинге
Трудоемкость дисциплины	3 кредита (90 часов)
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «SRM в маркетинге» относится к математическому и естественнонаучному циклу (Б.1.2), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.2.6. Пререквизиты: Основы маркетинга, Основы менеджмента Постреквизиты: CRM системы и программы лояльности, Управление цепями поставок
Цели и задачи дисциплины	Цель: формирование знаний и навыков управления взаимоотношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management) как важного элемента маркетинговой стратегии компании. Задачи: - изучить принципы и методы построения эффективных отношений с поставщиками - освоить технологии SRM и их интеграцию с маркетинговыми процессами - научиться оценивать и отбирать поставщиков с учетом маркетинговых целей - овладеть навыками управления партнерскими программами и стратегическими альянсами
Компетенции	ИК-2, ДПК-22
Результаты обучения ОП (РО)	РО3, РО11, РО13 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: Будет способен разрабатывать и внедрять системы управления взаимоотношениями с поставщиками для достижения маркетинговых целей Будет уметь интегрировать SRM-процессы с общей маркетинговой стратегией компании Будет владеть навыками оценки эффективности партнерских отношений и оптимизации цепей поставок
Базовая литература	Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 420 с.

Аннотация дисциплины «Основы научных исследований»

Название дисциплины	Основы научных исследований
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре и пост реквизиты)	Дисциплина «Основы научных исследований» относится к математическому и естественнонаучному циклу (Б.1.2), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.2.7. Постреквизиты: Практика, Государственная аттестация
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины**:** формирование у студентов необходимой теоретической базы и практических навыков для выполнения научных исследований. Задачи дисциплины**:** − формирование у студента представления о научной деятельности в КР и за рубежом. - изучение основных принципов организации и проведения научных исследований. - получение теоретических знаний и практических навыков в области применения системного анализа к научным исследованиям. - применение основ научных исследований к решению фундаментальных и практических задач.
Компетенции	ИК-2, ПК-17
Результаты обучения ОП (РО)	РО3, РО6, РО9, РО13 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *будет знать*: об организации научной деятельности в КР и мире; о структуре подготовки научных кадров в КР; об основных этапах научных исследований; о системном анализе научной проблемы *будет способен* применять методологию научных исследований; методы проведения научных исследований; принципы проведения библиографического поиска; методы и подходы доказательства истинности; формы и методы представления результатов исследований; проводить системный анализ поставленной проблемы; анализировать литературу по теме исследования; составлять планы выполнения научных исследований и отчеты по их выполнению; планировать и проводить машинный (численный) и программный эксперимент, обрабатывать его результаты и делать выводы на их основе; планировать измерения
Базовая литература	Кузнецов, И.Н. Основы научных исследований: учебное пособие Дашков и К°, 2018 http://znanium.com/catalog/product/415064

Аннотация дисциплины «Введение в методологию научных исследований»

Название дисциплины	Введение в методологию научных исследований
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Введение в методологию научных исследований» относится к математическому и естественнонаучному циклу (Б.1.2), элективная часть (дисциплина по выбору студента), код по учебному плану Б.1.2.7. Постреквизиты: Практика, Государственная аттестация
Цели и задачи дисциплины	Цель дисциплины**:** формирование у студентов необходимой теоретической базы и практических навыков для выполнения научных исследований. Задачи дисциплины**:** формирование у студента представления о научной деятельности в КР и за рубежом. - изучение основных принципов организации и проведения научных исследований. - получение теоретических знаний и практических навыков в области применения системного анализа к научным исследованиям. - применение основ научных исследований к решению фундаментальных и практических задач.
Компетенции	ИК-2, ПК-17
Результаты обучения ОП (РО)	РО3, РО6, РО9, РО13 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *будет знать*: об организации научной деятельности в КР и мире; о структуре подготовки научных кадров в КР; об основных этапах научных исследований; о системном анализе научной проблемы *будет способен* применять методологию научных исследований; методы проведения научных исследований; принципы проведения библиографического поиска; методы и подходы доказательства истинности; формы и методы представления результатов исследований; проводить системный анализ поставленной проблемы; анализировать литературу по теме исследования; составлять планы выполнения научных исследований и отчеты по их выполнению; планировать и проводить машинный (численный) и программный эксперимент, обрабатывать его результаты и делать выводы на их основе; планировать измерения
Базовая литература	Кузнецов, И.Н. Основы научных исследований: учебное пособие Дашков и К°, 2018 http://znanium.com/catalog/product/415064

Б.1.3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ: ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ

Аннотация дисциплины «Поведенческая экономика»

Название дисциплины	Поведенческая экономика
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Поведенческая экономика» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.40. Пререквизиты: Микроэкономика, Психология потребления. Постреквизиты: Экономика поведения, Исследования в области социологии.
Цели и задачи дисциплины	Цель: изучить влияние психологических факторов на экономическое поведение отдельных потребителей и фирм. Задачи: -Овладеть основами поведенческой теории и её приложениями в экономике. -Изучить, как когнитивные и эмоциональные факторы влияют на экономические решения. -Понять, как поведенческие отклонения могут изменить модели потребления и инвестиции. -Анализировать влияние поведенческой экономики на общественные и частные решения. -Разрабатывать рекомендации по использованию поведенческих факторов в бизнесе.
Компетенции	ПК-5
Результаты обучения ОП (РО)	РО6 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет уметь* анализировать поведение потребителей и его влияние на рынок, используя экспериментальные данные и эмпирические исследования. *Будет знать*, как применять поведенческие аспекты для улучшения маркетинга и продаж, например, через таргетирование и сегментацию. *Будет уметь* разрабатывать стратегии ценообразования, учитывающие психологические аспекты восприятия цен. *Будет способен* формировать эффективные программы лояльности и стимулирования, опираясь на понимание потребительского поведения.
Базовая литература	Талер, Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики / Р. Талер ; пер. А. Прохоровой. — Москва : Эксмо, 2022. — 384 с. — ISBN 978-5-04-091150-9.

Аннотация дисциплины «Макроэкономическая политика и регулирование»

Название дисциплины	Макроэкономическая политика и регулирование
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Макроэкономическая политика и регулирование» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.41. Пререквизиты: Экономическая теория, Микроэкономика. Постреквизиты: Экономическое планирование, Государственная экономика.
Цели и задачи дисциплины	Цель: сформировать глубокие знания о макроэкономической политике и методах государственного регулирования. Задачи: -Изучить модели макроэкономического равновесия и цикличности. -Изучить инструменты фискальной и денежно-кредитной политики для регулирования инфляции и занятости. -Анализ применения макроэкономической политики в разных странах на примере практических кейсов. -Оценивать влияния глобализации и международных кризисов на макроэкономическую политику. -Разработать рекомендаций по стабилизации экономики в условиях кризисов.
Компетенции	ПК-4, ПК-6
Результаты обучения ОП (РО)	РО8, РО9 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* основные подходы к макроэкономическому регулированию и экономической политике. *Будет уметь* анализировать экономические данные для разработки государственных политик. *Будет способен* оценивать последствия применения различных макроэкономических инструментов в кратко- и долгосрочной перспективе.
Базовая литература	Макроэкономическая политика и прогнозирование : учебное пособие / под ред. О. В. Буклемишева, А. Н. Клепача. — Москва : Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2025. — 160 с. — ISBN 978-5-907690-68-4.

Аннотация дисциплины «Международная статистика»

Название дисциплины	Международная статистика
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Международная статистика» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.42. Пререквизиты: Статистика, Веб-аналитика и SEO/SEM. Постреквизиты: Международная экономика, Финансовая статистика.
Цели и задачи дисциплины	Цель: Изучить основные методы международной статистики и их применение для анализа мировой экономики. Задачи: -Овладеть методами сбора и анализа международных статистических данных. -Изучить способы вычисления международных индикаторов, таких как ВВП, индекс потребительских цен, уровень безработицы. -Оценить взаимосвязи между экономическими показателями разных стран. -Анализировать влияние глобальных экономических процессов на показатели статистики. -Разработать рекомендации по улучшению методологии международной статистики.
Компетенции	ПК-4, ПК-6
Результаты обучения ОП (РО)	РО8, РО9 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* основные статистические методы и международные стандарты статистического учета. *будет* уметь анализировать международные статистические данные и строить прогнозы на их основе. *Будет уметь* оценивать влияние глобальных экономических процессов на статистические показатели.
Базовая литература	Международная статистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. Б. И. Башкатова, А. Е. Суринова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 593 с. — ISBN 978-5-534-10635-0.

Аннотация дисциплины «Международные стандарты финансовой отчетности»

Название дисциплины	Международные стандарты финансовой отчетности
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Международные стандарты финансовой отчетности» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.43. Пререквизиты: Бухгалтерский учет, Финансовая отчетность. Постреквизиты: Аудит, Управленческий учет.
Цели и задачи дисциплины	Цель: изучить структуру, содержание и применение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Задачи: -Ознакомиться с ключевыми положениями и принципами МСФО. -Изучить требования к представлению финансовых отчетов в соответствии с международными стандартами. -Овладеть методами анализа и интерпретации отчетности по МСФО. -Понять различия между национальными и международными стандартами финансовой отчетности. -Практиковать применение стандартов в разных отраслях экономики.
Компетенции	ПК-2, ПК-3
Результаты обучения ОП (РО)	РО9 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* основные требования МСФО к финансовой отчетности. *Будет уметь* применять МСФО для подготовки финансовой отчетности на международном уровне. *Будет уметь* анализировать финансовые отчеты и выявлять расхождения между национальными и международными стандартами.
Базовая литература	Международные стандарты финансовой отчетности : учебник / под ред. В. Г. Гетьмана. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 582 с. — ISBN 978-5-16-016442-7.

Аннотация дисциплины «ATL коммуникации»

Название дисциплины	ATL коммуникации
Трудоемкость дисциплины	4 кредита (120 часов)
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «ATL коммуникации» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.44. Пререквизиты: Маркетинг, Реклама. Постреквизиты: Стратегический маркетинг, Управление брендом.
Цели и задачи дисциплины	Цель: научить студентов разрабатывать и оценивать рекламные кампании через медиаканалы в рамках ATL (Above The Line) коммуникаций. Задачи: -Изучить основные концепции и инструменты ATL коммуникаций. -Овладеть методами медиа-планирования и выбора каналов коммуникации. -Анализировать эффективность рекламных кампаний в ATL каналах. -Понять роль и влияние ATL коммуникаций на бренд и маркетинговые результаты. -Изучить успешные кейсы и тенденции на рынке ATL рекламы.
Компетенции	ПК-15, ДПК-21
Результаты обучения ОП (РО)	РО11, РО12 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: Будет знать инструменты и методики ATL коммуникаций. Будет уметь разрабатывать ATL стратегии для различных брендов. Будет способен оценивать результаты проведенных кампаний и вносить корректировки в медиа-планы. Будет уметь исследовать и сегментировать целевую аудиторию для эффективного выбора медиаканалов и форматов рекламы. Будет обладать навыками использования методов анализа (например, A/B-тестирование, ROI) для оценки результативности ATL-коммуникаций.
Базовая литература	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум / С. В. Карпова. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2023. — 425 с. — ISBN 978-5-534-16873-0.

Аннотация дисциплины «BTL коммуникации»

Название дисциплины	BTL коммуникации
Трудоемкость дисциплины	4 кредита (120 часов)
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «BTL коммуникации» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.44. Пререквизиты: Реклама, Стратегический маркетинг. Постреквизиты: Управление брендом, Digital маркетинг.
Цели и задачи дисциплины	Цель: изучить методы и инструменты BTL (Below The Line) коммуникаций для стимулирования продаж и создания точечного маркетинга. Задачи: -Изучить инструменты BTL коммуникаций, такие как промо-акции, директ-маркетинг и event-мероприятия. -Освоить методы разработки и реализации BTL кампаний. -Оценивать влияние BTL коммуникаций на целевую аудиторию. -Понять интеграцию BTL коммуникаций с общей маркетинговой стратегией. -Изучить успешные примеры BTL кампаний и их роль в построении брендов.
Компетенции	ПК-15, ДПК-21
Результаты обучения ОП (РО)	РО11, РО12 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет уметь* сегментировать целевую аудиторию и понимать её потребности для разработки персонализированных акций и мероприятий. *Будет знать* инструменты BTL коммуникаций. *Будет уметь* планировать и реализовывать BTL кампании. *Будет способен* анализировать эффективность BTL мероприятий и их влияние на продажи. *Будет уметь* сочетать BTL-кампании с другими видами коммуникаций (ATL, digital) для достижения синергии.
Базовая литература	Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2025. — 200 с. — ISBN 978-5-534-19127-1.

Аннотация дисциплины «Event маркетинг»

Название дисциплины	Event маркетинг
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Event маркетинг» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.45. Пререквизиты: Маркетинг, PR. Постреквизиты: Управление мероприятиями, Брендинг.
Цели и задачи дисциплины	Цель: научить студентов планированию, организации и проведению маркетинговых мероприятий (event-мероприятий) для продвижения брендов. Задачи: -Изучить основы создания концепции ивентов, разработка креативных решений. -Научиться планировать бюджет мероприятий и оценивать риски. -Овладеть методами привлечения аудитории через event маркетинг. -Практиковать управление командой и ресурсами при организации мероприятий. -Оценивать эффективность проведенных ивентов на основе установленных KPI.
Компетенции	ПК-15, ДПК-24
Результаты обучения ОП (РО)	РО4, РО12 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После изучения курса студенты должны: Будет знать ключевые этапы планирования и проведения ивент-мероприятий. Будет уметь разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия для продвижения бренда. Будет способен Оценивать результаты проведенных мероприятий и вносить корректировки для повышения их эффективности. Будет уметь разрабатывать концепцию, формировать программу и организовывать мероприятия различного формата (конференции, выставки, промо-акции). Умение планировать и контролировать финансовые ресурсы, включая оценку затрат и возврата инвестиций .
Базовая литература	Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник / Г. С. Сологубова. — Москва : Юрайт, 2021. — 248 с. — ISBN 978-5-534-13889-4.

Аннотация дисциплины «CRM системы и программы лояльности»

Название дисциплины	CRM системы и программы лояльности
Трудоемкость дисциплины	2 кредита (60 часов)
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «CRM системы и программы лояльности» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.45. Пререквизиты: Основы маркетинга, Информационные технологии в маркетинге, Поведение потребителей Постреквизиты: Преддипломная практика, ВКР
Цели и задачи дисциплины	Цель: формирование знаний и практических навыков внедрения и управления CRM-системами и программами лояльности для повышения эффективности взаимоотношений с клиентами. Задачи: - изучить принципы и технологии управления взаимоотношениями с клиентами - освоить методы проектирования и внедрения CRM-систем - научиться разрабатывать и управлять программами лояльности - овладеть навыками анализа клиентских данных и персонализации маркетинговых коммуникаций
Компетенции	ПК-11, ДПК-22
Результаты обучения ОП (РО)	РО10, РО11 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: Будет способен проектировать и внедрять CRM-системы для оптимизации клиентских взаимоотношений Будет уметь разрабатывать эффективные программы лояльности и управлять клиентской базой Будет владеть навыками анализа клиентских данных и создания персонализированных маркетинговых предложений
Базовая литература	Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баронов, Г. Н. Калянов, Ю. Н. Попов, И. Н. Титовский. — 3-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 327 с.

Аннотация дисциплины «Маркетинг и PR в социальных сетях»

Название дисциплины	Маркетинг и PR в социальных сетях
Трудоемкость дисциплины	3 кредита (90 часов)
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Маркетинг и PR в социальных сетях» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.46. Пререквизиты: PR, Цифровой маркетинг. Постреквизиты: Стратегический маркетинг, Управление брендом.
Цели и задачи дисциплины	Цель: научить студентов использовать социальные сети и блоггинг как инструменты маркетинга и PR. Задачи: -Изучить особенности работы с социальными сетями и их роль в продвижении брендов. -Овладеть методами разработки контент-стратегий для социальных сетей. -Научиться использовать блоггинг для продвижения товаров и услуг. -Освоить методы взаимодействия с блогерами и инфлюенсерами для повышения узнаваемости бренда. -Анализировать эффективность маркетинговых и PR-кампаний в социальных сетях.
Компетенции	ПК-15, ДПК-20
Результаты обучения ОП (РО)	РО5, РО7, РО11, РО12, РО13 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* ключевые особенности маркетинга и PR в социальных сетях. *Будет уметь* разрабатывать и реализовывать стратегии продвижения брендов через блоггинг. *Будет способен* оценивать эффективность кампаний в социальных сетях и корректировать контент-стратегии. *Будет уметь* разрабатывать и реализовывать стратегические планы для продвижения бренда и PR-кампаний в социальных сетях.
Базовая литература	Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие / Е. С. Милинчук. — Москва : Юрайт, 2024. — 216 с. — ISBN 978-5-534-17395-6.

Аннотация дисциплины «Логистика в маркетинге»

Название дисциплины	Логистика в маркетинге
Трудоемкость дисциплины	3 кредита (90 часов)
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Место дисциплины в учебном плане (пре реквизиты, пост реквизиты)	Дисциплина «Логистика в маркетинге» относится к профессиональному циклу (Б.1.3), дисциплины и курсы по выбору студента, код по учебному плану Б.1.3.46. Пререквизиты: Логистика, Маркетинг. Постреквизиты: Управление цепями поставок, Стратегический маркетинг.
Цели и задачи дисциплины	Цель: изучить взаимодействие маркетинга и логистики в контексте продвижения товаров и услуг. Задачи: -Изучить основные принципы маркетинговой логистики и её влияние на цепи поставок. -Понять, как логистические решения влияют на маркетинговую стратегию компании. -Разработать модели интеграции логистики в маркетинговые процессы. -Оценить роль логистики в построении цепочек создания ценности и удовлетворения потребностей клиентов. -Анализировать успешные кейсы использования маркетинговой логистики для оптимизации поставок.
Компетенции	ПК-10, ПК-11
Результаты обучения ОП (РО)	РО10 (п. 3.1 ОП)
Результаты освоения дисциплины	После освоения данной дисциплины студент: *Будет знать* знать ключевые принципы маркетинговой логистики и их влияние на продвижение товаров. *Будет уметь* разрабатывать логистические стратегии в рамках маркетинговых процессов. *Будет уметь* оценивать эффективность взаимодействия логистики и маркетинга в компании. *Будет понимать* принципы и процессы, связанных с управлением движением товаров и услуг от производителя к потребителю. *Будет понимать* взаимодействия между маркетинговыми стратегиями и логистическими процессами для достижения общих бизнес-целей. *Будет обладать* навыками работы с современными IT-решениями и системами для управления логистикой и отслеживания товаров
Базовая литература	Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 454 с. — ISBN 978-5-534-12457-6.