

# ПРОГРАММЫ КУРСОВ

## ПРОГРАММА «БАКАЛАВР»

### 1 курс I семестр

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ	72 часа	Общая учебная нагрузка	34 часа	Аудиторная нагрузка	2	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b>	Форма промежуточной аттестации	<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b>	Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является создание у студентов представлений об истории российской государственности как о процессе отстаивания российским народом суверенного права на использование имеющихся ресурсов развития.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения курса является история России с древнейших времен до начала XX века. Предметом изучения – этапы развития государственности, общие и особенные факторы, определявшие ход российской истории в контексте всеобщей истории.

#### ЛИТЕРАТУРА

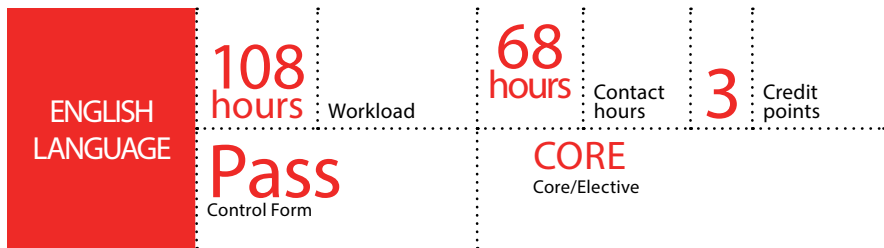
Орлов А.С., Полунов А.Ю., Терещенко Ю.Я. 2013. Основы курса истории России. Учебное пособие. - 2-е изд., - М.: Проспект  
Миров Л.В. (ред.) 2006. История России с древнейших времен до начала XXI века. Учебное пособие в 3-х тт. – М.: Эксмо

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используется комплекс методов, направленных как на формирование устойчивых знаний, так и на развитие умений анализировать, формировать и аргументировать собственную точку зрения.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в занятии, выполнение письменных домашних работ, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную зачетную работу.



### AIMS

Students will develop language competences and skills necessary for study and communication in their academic and everyday life with areas of cross-cultural language specific. Lessons will focus on a range of different skills, such as grammar, listening, speaking, reading, writings and project work. After the completion of the course, the students will develop:

- Communication skills for personal needs
- Oral and written expression with the focus on grammar, logic and structure (in the format of arguing, group discussion and debates)
- Reading strategies: expressing the main idea of the text, understanding the topic, main and secondary ideas, critical-thinking
- Listening comprehension of authentic general English texts

### COURSE CONTENT

English for General Purposes is an object for study, with levels from B1 (Intermediate level) to C1 (Upper-Intermediate) depending on the initial level of English. Students will be taught 4 hours per week.

### BIBLIOGRAPHY

Speak Out manual (Students' Book, Work Book) Intermediate and Upper Intermediate levels.

### TEACHING STRATEGY

The course is delivered in a blended learning format that is it will consist of both face-to-face in class meetings and online activities. Methods used have a goal to develop main four language skills (Reading, Writing, Listening and Speaking) as well as language competences (linguistic, sociolinguistic and practical): discussion method, role models method, project method. The following methods used in the course include the following methods: pair and group discussion, dialogues writing, reading material discussion, research presentations, debates, arguing and talk-shows.

### ASSESSMENT STRATEGY

Interim attestation of the students is conducted during the semester by writing quizzes, lexis and grammar tests, as well as research reports and public presentations. At the end of the autumn semester the pass-fail grading test is conducted which is consisted of oral and written parts.



### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса – обеспечение студентов базовыми психологическими знаниями;

- Сформировать понимание основных концепций и моделей, связанных с психикой человека;
- Развить профессиональную направленность на оптимальное межличностное взаимодействие с представителями различных возрастных/социальных групп;
- Сформировать практические навыки анализа реальных ситуаций с использованием теоретических концепций; аргументированного письменного и устного изложения своей точки зрения; групповой работы и подготовки устных выступлений.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс направлен на изучение вопросов, связанных с внутренним миром человека, психическими явлениями и процессами. Объектом изучения является психика человека. Предметом изучения являются сознание, неосознаваемые процессы, поведение, личность.

### ЛИТЕРАТУРА

Гиппенрейтер Ю.Б. 2010, Введение в общую психологию. - М.: АСТ  
Kalat James W. 2007, Introduction to Psychology. Cengage Learning

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используется комплекс методов, направленных как на формирование устойчивых знаний, так и на развитие умений анализировать, формировать и аргументировать собственную точку зрения. В курсе активно используется метод обсуждения конкретных ситуаций (кейсов) в малых и больших группах, ролевые игры, элементы арт-терапии.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в занятии, контрольные тесты в начале занятий, написание эссе, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную экзаменационную работу.

<b>ВЫСШАЯ МАТЕМАТИКА</b>	<b>144</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>68</b> часов	Ауди- торная нагрузка	<b>4</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

После изучения данного курса студенты должны:

- усвоить основные определения, понятия и методы решения задач каждого раздела курса;
- оперировать определениями и понятиями разделов при решении и математических задач;
- ознакомиться с возможностями применения различных методов на практике;
- применять полученные математические умения и навыки для решения практических задач из других областей знаний.

### СОДЕРЖАНИЕ

Часть I

А. Линейная алгебра (изучение основных понятий и решение задач линейной алгебры).

В. Теория вероятностей и математическая статистика (введение, основные понятия, основные методы).

Часть II

А. Линейная алгебра и аналитическая геометрия.

В. Теория вероятностей и математическая статистика.

### ЛИТЕРАТУРА

Ильин В.А., Ким Г.Д. 1998. Линейная алгебра и аналитическая геометрия, - М.: МГУ Минорский В.П. 2000. Сборник задач по высшей математике, - М.: Наука  
Ширяев А.Н. 1980. Вероятность, - М.: Наука  
Севастьянов Б.А. 1982. Курс теории вероятностей и математической статистики, - М.: Наука

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение теории на занятиях и индивидуально, обсуждение проблемных тем и заданий, решение задач на занятиях и индивидуально, выполнение индивидуальных заданий.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Работа у доски, выполнение домашних заданий, контрольные работы, аттестация, итоговая письменная зачетная работа.

<b>ИНФОРМАТИКА</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>51</b> час	Ауди- торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Цель изучения данного курса – дать студентам представление о современных информационных технологиях и их роли в деятельности менеджера; Задачи курса – сформировать устойчивые навыки работы в среде компьютерных технологий, необходимые для практического использования на последующих этапах обучения и при решении типовых задач в профессиональной сфере деятельности будущего менеджера.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объект изучения – современные информационные технологии и их применение в бизнесе и образовательном процессе.

### ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ КУРСА

- Основные понятия и возможности современных компьютеров и информационных технологий;
- Основы работы с ОС Windows 7 и ее стандартными приложениями;
- Технологии работы с документами в текстовом процессоре MS Word;
- Организация офисной деятельности с помощью MS Outlook;
- Подготовка презентаций в MS PowerPoint;
- Бизнес-анализ и автоматизация расчетов в табличном процессоре MS Excel;
- Компьютерные сети, интернет, облачные технологии.

### ЛИТЕРАТУРА

Симонович С.В. 2012, Информатика. Базовый курс: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер  
Мак-Федрис П. 2012, Microsoft Windows 7. – М.: ИД Вильямс

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В рамках курса основными методами обучения являются:

- лекции, сопровождаемые презентациями;
- выполнение практических заданий в компьютерном классе в рамках пройденных тем;
- выполнение самостоятельных домашних заданий на компьютере.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: выполнение практических заданий в классе, выполнение домашних работ, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную экзаменационную работу.

<b>МАТЕМАТИКА ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Курс направлен на формирование и актуализацию базовых вычислительных навыков, необходимых для дальнейшего успешного изучения дисциплин блоков «Менеджмент» и «Экономика».

В результате изучения данного курса студенты должны уметь:

- рассчитывать проценты, темпы роста и прироста;
- уверенно производить вычисления с дробями, с «большими» числами – миллионами, миллиардами и т.д., производить операции со степенями и корнями;
- составлять и решать уравнения;
- свободно оперировать с графиками элементарных функций;
- проводить анализ разного типа графиков и таблиц.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс включает в себя следующие темы: базовые вычислительные навыки; задачи на проценты, элементарные функции, решение уравнений, анализ графиков функций и др. Математические навыки будут отрабатываться на примерах задач, имеющих экономическое и управленческое содержание.

### ЛИТЕРАТУРА

Минорский В.П. 2000. Сборник задач по высшей математике, - М.: Наука  
Задачник, составленный преподавателем

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение теории на занятиях и индивидуально, обсуждение проблемных тем и заданий, решение задач на занятиях и индивидуально, выполнение индивидуальных заданий.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Работа у доски, выполнение домашних заданий, контрольные работы, внутрисеместровая аттестация, итоговая письменная зачетная работа.

<b>БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Защита населения и действия в чрезвычайных ситуациях - обязательная общепрофессиональная дисциплина, в которой соединена тематика безопасного взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой городской, природной). Вопросы защиты от негативных факторов чрезвычайных ситуаций. Изучением дисциплины достигается формирование у специалистов представление о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Безопасность жизнедеятельности» состоит из трех разделов:

- Вводные сведения об экологическом состоянии территории Российской Федерации, чрезвычайные ситуации на данной территории их характеристика. Структура Российской системы чрезвычайных ситуаций. Задачи МЧС и ГО.
- Чрезвычайные ситуации техногенного характера: - радиационно-опасные объекты, их влияние на экологию, на население и территории страны. Мероприятия по защите населения и территорий при авариях на радиационно-опасных объектах.
- Чрезвычайные ситуации природного характера и их влияние на население и территории страны. Пожары, землетрясения, наводнения и применение современных средств поражения при ведении военных действий.

### ЛИТЕРАТУРА

Емельянов В.М., Коханов В.Н., Некрасов П.А. 2003. Защита населения и действия в чрезвычайных ситуациях. - М.: Трикта

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В качестве метода проведения занятия используется сочетание системного и ситуационного подхода к изучению данной дисциплины. На лекциях студенты получают системные знания, а на семинарских занятиях закрепляют, систематизируют свои знания благодаря совместному обсуждению каждого выступления и диалога.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в дискуссиях и групповой работе на занятиях, выполнение домашних работ, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную экзаменационную работу.



### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса «История российского предпринимательства» состоит в том, чтобы дать студентам системное представление о зарождении и становлении российского предпринимательства в контексте исторических условий развития России. Главной задачей курса является формирование у студентов понимания закономерностей развития предпринимательства и особенностей этого явления в России на основе анализа примеров деятельности самых ярких представителей отечественного предпринимательства.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения курса являются объективные, закономерные исторические процессы становления и развития предпринимательской деятельности. Предметом изучения являются исторические этапы, циклы и основные этапы, аспекты формирования, развития отечественного предпринимательства в динамически изменяющейся рыночной среде.

### ЛИТЕРАТУРА

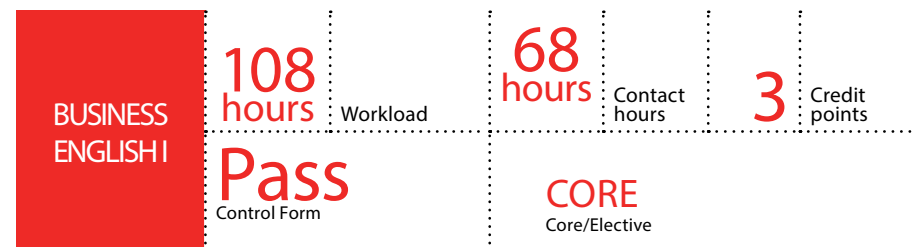
В курсе используется комплекс методов, направленных как на формирование устойчивых знаний, так и на развитие умений анализировать, формировать и аргументировать собственную точку зрения.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение теории на занятиях и индивидуально, обсуждение проблемных тем и заданий, решение задач на занятиях и индивидуально, выполнение индивидуальных заданий.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за активное участие в занятиях, групповой проект, промежуточную аттестацию, индивидуальное эссе, итоговую работу.



### AIMS

The course aims:

- To develop skills necessary for acquiring business vocabulary;
- To further develop and enrich students' vocabulary by introducing phrasal verbs, collocations, and idiomatic expressions pertaining to business and professional communication;
- To develop reading skills necessary for working with non-adapted business literature;
- To develop listening skills necessary for understanding authentic English materials, such as lectures, interviews, TV and radio programs, presented in a range of regional variants of English;
- To prepare the students for oral communication in English on relevant professional topics;
- To develop basic business communication skills, such as Introductions, Expressing points of view, Solving problems, Exchanging information, Making suggestions, etc.;
- To develop skills required for preparing and delivering business presentations in English.

### COURSE CONTENT

The course aims at introducing and enforcing English vocabulary required for Bachelor of Management curriculum, as well as developing business communication and business presentation skills. It is designed for students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters, with 4 hours of in-class instruction per week each semester.

### BIBLIOGRAPHY

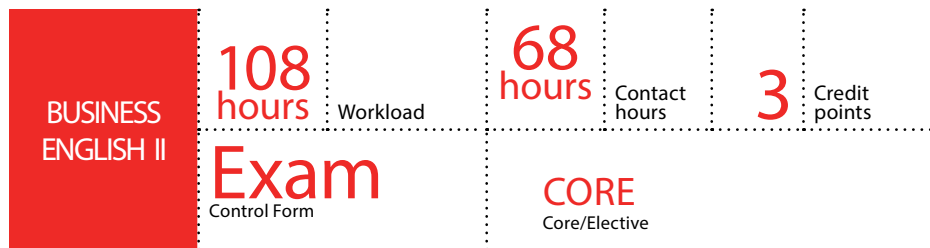
Cotton David 2008. Keys To Management. - Pearson Education.  
Comfort Jeremy 2002. Effective Presentations. - Oxford University Press.

### TEACHING STRATEGY

Vocabulary practice exercises, audio materials listening are combined with such contemporary methods as role plays, simulations, and case study. During the second semester, students conduct individual (time management skills analysis) and group (performance appraisal survey) projects. Students review and analyse presentation fragments with examples of successful and problematic delivery, and deliver their own presentations, always followed by a detailed review and analysis of all its elements.

### ASSESSMENT STRATEGY

Ongoing progress is monitored through a series of written Vocabulary Quizzes, presentation assignments, group projects and final test.



### AIMS

The present course aims at developing the understanding of English grammar structure and skills for its proper usage. The course covers various parts of speech and a variety of tenses. Grammar study is combined with insights into the main differences between English and Russian grammar, with implications for cross-cultural communication and translation. This objective is attempted through review and analysis of various aspects of grammar, and a range of oral and written exercises, including translation.

### COURSE CONTENT

The course covers various topics of English grammar, with emphasis on English as the language of professional communication. The course is interactive and it combines classroom learning with online practice and usage of mobile application. The course includes 2 hours of in-class instruction per week.

### BIBLIOGRAPHY

Foley M., Hall D. 2012. MyGrammarLab, Pearson  
 Audio and video materials for the course, on DVDs  
 Online materials at [www.mygrammarlab.com](http://www.mygrammarlab.com)

### TEACHING STRATEGY

The present course assumes communication approach to teaching English. Grammar is reviewed through instructional videos, in textbook, and in class, with the oral and written practice as the follow-up. Grammar review connects grammar forms with specific communication scenarios, while providing a broad perspective of the overall grammar structure. Practice includes activities on finding and applying similarities, transforming words and phrases, finding and using suitable forms, composing dialogues, writing short descriptive and discursive texts.

### ASSESSMENT STRATEGY

The course uses various forms of assessment, including grades for class participation and homework, as well as a variety of written and online tests, interim tests and a final written test.

## 1 курс — II семестр



### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является создание у студентов представлений об истории российской государственности как о процессе отстаивания российским народом суверенного права на использование имеющихся ресурсов развития. Материал курса должен подвести студентов к осознанию, что Россия на всех этапах своей истории обладала и обладает своими национально-государственными интересами, понимание которых объединяет страну вокруг общих целей, делает ее более сильной. Те правители и политические лидеры, которые проводили курс на защиту суверенитета, всегда пользовались самоотверженной поддержкой многонационального российского народа.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения курса является история России с древнейших времен до начала XX века. Предметом изучения – этапы развития государственности, общие и особенные факторы, определявшие ход российской истории в контексте всеобщей истории.

### ЛИТЕРАТУРА

Орлов А.С., Полунов А.Ю., Терещенко Ю.Я. 2003. Основы курса истории России. Учебное пособие. – 2-е изд., М.: Проспект

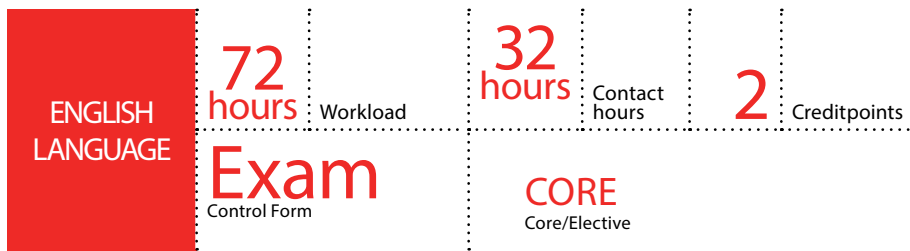
### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используется комплекс методов, направленных как на формирование устойчивых знаний, так и на развитие умений анализировать, формировать и аргументировать собственную точку зрения. В курсе активно используется метод обсуждения конкретных ситуаций (кейсов) в малых и больших группах.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в занятии, контрольные тесты в начале занятий, групповой проект, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную экзаменационную работу.





### AIMS

Students will develop language competences and skills necessary for study and communication in their academic and everyday life with areas of cross-cultural language specific. Lessons will focus on a range of different skills, such as grammar, listening, speaking, reading, writings and project work. After the completion of the course, the students will develop:

- Communication skills for personal needs
- Oral and written expression with the focus on grammar, logic and structure (in the format of arguing, group discussion and debates)
- Reading strategies: expressing the main idea of the text, understanding the topic, main and secondary ideas, critical-thinking
- Listening comprehension of authentic general English texts

### COURSE CONTENT

English for General Purposes is an object for study, with levels from B1 (Intermediate level) to C1 (Upper-Intermediate) depending on the initial level of English. Students will be taught 4 hours per week.

### BIBLIOGRAPHY

Speak Out manual (Students' Book, Work Book) Intermediate and Upper Intermediate levels

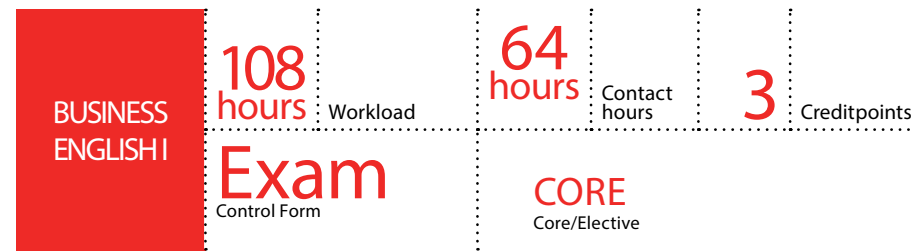
### TEACHING STRATEGY

The course is delivered in a blended learning format that is it will consist of both face-to-face in class meetings and online activities. Methods used have a goal to develop main four language skills (Reading, Writing, Listening and Speaking) as well as language competences (linguistic, sociolinguistic and practical): discussion method, role models method, project method.

The following methods used in the course include the following methods: pair and group discussion, dialogues writing, reading material discussion, research presentations, debates, arguing and talk-shows.

### ASSESSMENT STRATEGY

Interim attestation of the students is conducted during the semester by writing quizzes, lexis and grammar tests, as well as research reports and public presentations. At the end of the semester the test is conducted which is consisted of oral and written parts.



### AIMS

The course aims:

- To develop skills necessary for acquiring business vocabulary;
- To further develop and enrich students' vocabulary by introducing phrasal verbs, collocations, and idiomatic expressions pertaining to business and professional communication;
- To develop reading skills necessary for working with non-adapted business literature;
- To develop listening skills necessary for understanding authentic English materials, such as lectures, interviews, TV and radio programs, presented in a range of regional variants of English;
- To prepare the students for oral communication in English on relevant professional topics;
- To develop basic business communication skills, such as Introductions, Expressing points of view, Solving problems, Exchanging information, Making suggestions, etc.;
- To develop skills required for preparing and delivering business presentations in English.

### COURSE CONTENT

The course aims at introducing and enforcing English vocabulary required for Bachelor of Management curriculum, as well as developing business communication and business presentation skills. It is designed for students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters, with 4 hours of in-class instruction per week each semester.

### BIBLIOGRAPHY

Cotton David 2008. Keys To Management. - Pearson Education.  
Comfort Jeremy 2002. Effective Presentations. - Oxford University Press.

### TEACHING STRATEGY

Vocabulary practice exercises, audio materials listening are combined with such contemporary methods as role plays, simulations, and case study. During the second semester, students conduct individual (time management skills analysis) and group (performance appraisal survey) projects. Students review and analyse presentation fragments with examples of successful and problematic delivery, and deliver their own presentations, always followed by a detailed review and analysis of all its elements.

### ASSESSMENT STRATEGY

Ongoing progress is monitored through a series of written Vocabulary Quizzes, presentation assignments, group projects and final test.

<b>ВЫСШАЯ МАТЕМАТИКА</b>	<b>144</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>64</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>4</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

- После изучения данного курса студенты должны:
- усвоить основные определения, понятия и методы решения задач каждого раздела курса;
- оперировать определениями и понятиями разделов при решении и математических задач;
- ознакомиться с возможностями применения различных методов на практике;
- применять полученные математические умения и навыки для решения практических задач из других областей знаний

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из двух разделов:

1. Линейная алгебра (изучение основных понятий и решение задач линейной алгебры): Определения и понятия матриц, операции над матрицами. Определитель матрицы. Системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ). Методы решения СЛАУ. Обратные матрицы. Решение типовых задач.
2. Теория вероятностей и математическая статистика (введение, основные понятия, основные методы): Определение и свойства вероятности. Комбинаторика. Условная вероятность. Случайные величины и их свойства. Понятие о математической статистике. Решение типовых задач.

#### ЛИТЕРАТУРА

Ильин В.А., Ким Г.Д., 1998. Линейная алгебра и аналитическая геометрия, - М.: МГУ  
 Минорский В.П. 1980, Сборник задач по высшей математике. - М.: Наука  
 Севастьянов Б.А. 1982. Курс теории вероятностей и математической статистики. - М.: Наука

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Используются следующие подходы: изучение теории на занятиях (аудиторные занятия) и индивидуально (домашнее задание и т.д.); обсуждение проблемных тем и заданий на занятиях; решение задач на занятиях (аудиторные занятия) и индивидуально (домашнее задание и т.д.); выполнение индивидуальных заданий (самостоятельные работы, контрольные работы и т.д.).

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается следующим образом: работа у доски и домашнее задание, аттестация (аттестация складывается из самостоятельных и контрольных работ), письменная экзаменационная работа.

<b>ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА В РОССИИ</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>32</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Настоящий курс является второй частью курса «История Российского предпринимательства» и посвящен современному этапу развития предпринимательства (XX-XI вв.).

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из 6 разделов:

1. Судьбы российских купцов после 1917 года
2. Предпринимательство в условиях военного коммунизма и при НЭПе.
3. Предпринимательство в СССР и во время перестройки
4. Предпринимательство в Новой России
5. Кризис 1998 года
6. Предпринимательство в современной России

#### ЛИТЕРАТУРА

Тимофеева А. 2011, История предпринимательства., М., Наука, 207 С. Цифровое издание (Moodle)

Тимошина Т. 2015, Экономическая история России, 16-е изд., перераб. и доп: Юстицинформ; Москва; цифровое издание, (Moodle)

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Студенты выполняют индивидуальные и групповые задания. Ряд занятий проводят приглашенные спикеры, студенты посещают компании и знакомятся с российским предпринимательством.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Активная работа в классе, выполнение индивидуальных и групповых заданий, написание эссе, промежуточная аттестация, финальная письменная зачетная работа.



<b>ОСНОВЫ МЕНЕД- ЖМЕНТА</b>	<b>108</b> часов	Общая учебная нагрузка	<b>32</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>3</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации		<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

### ЦЕЛИ КУРСА

Основные задачи курса:

- дать студенту возможность составить представление о менеджменте как области знаний;
- познакомить с основными теориями и концепциями менеджмента;
- представить управление как сферу профессиональной деятельности;
- дать студенту возможность освоить ряд практических навыков, в том числе анализа практических примеров с использованием теоретических концепций; аргументированного изложения своей точки зрения; групповой работы и подготовки устных выступлений.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс представляет собой первый этап в изучении менеджмента и включает вопросы, связанные с ролью и местом менеджера в организации, содержанием управленческой деятельности, историей менеджмента, влиянием национальной культуры на управление. Объектом изучения является деятельность по управлению организацией с участием человека и учетом воздействия внешнего окружения. Предметом изучения являются те отношения, которые складываются в организации по поводу преобразования получаемых ею ресурсов в предлагаемые внешней среде продукты или услуги.

### ЛИТЕРАТУРА

Виханский О.С., Наумов А. И., 2010, Менеджмент, 5-е изд., М.: Магистр, Инфра-М

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используется метод обсуждения конкретных ситуаций в малых и больших группах, а также индивидуальные письменные задания.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Активное участие в занятии, контрольные тесты, промежуточная контрольная работа, итоговая экзаменационная письменная работа.

<b>МИКРОЭКО- НОМИКА</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>32</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации		<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

### ЦЕЛИ КУРСА

Курс призван дать студентам представление о микроэкономических закономерностях функционирования рыночной экономики, основных принципах поведения микроэкономических субъектов (домашних хозяйств, фирм), системе ценообразования и государственного регулирования на микроуровне. Курс нацелен на то, чтобы пробудить интерес к проблемам микроэкономики, продемонстрировать полезность ее изучения для практических целей. Приобретение студентами знаний и навыков в области микроэкономики позволит им в дальнейшем более углубленно изучать специальные теоретические и прикладные дисциплины, выросшие на ее основе.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объекты изучения – потребители, фирмы и рынки. Предмет изучения – принципы принятия решений на микроуровне, основные закономерности функционирования и взаимодействия микроэкономических субъектов.

### ЛИТЕРАТУРА

Рудакова И.Е. (ред.) 2010, Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика, - М.: ИНФРА-М Dodge E.R. 2005, 5 steps to a 5. AP Microeconomics / Macroeconomics. McGraw-Hill.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Интерактивные лекционно-семинарские занятия, выполнение практических заданий, ситуационный анализ.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в занятии, выполнение домашних работ, промежуточную контрольную работу, итоговую письменную экзаменационную работу.

BUSINESS ENGLISH II	72 hours	Workload	32 hours	Contact hours	2	Credit points
	Exam Control Form		CORE Core/Elective			

### AIMS

The present course aims at developing the understanding of English grammar structure and skills for its proper usage. The course covers various parts of speech and a variety of tenses. Grammar study is combined with insights into the main differences between English and Russian grammar, with implications for cross-cultural communication and translation. This objective is attempted through review and analysis of various aspects of grammar, and a range of oral and written exercises, including translation.

### COURSE CONTENT

The course covers various topics of English grammar, with emphasis on English as the language of professional communication. The course is interactive and it combines classroom learning with online practice and usage of mobile application. The course includes 2 hours of in-class instruction per week.

### BIBLIOGRAPHY

Foley M., Hall D. 2012. MyGrammarLab, Pearson  
Audio and video materials for the course, on DVDs  
Online materials at [www.mygrammarlab.com](http://www.mygrammarlab.com)

### TEACHING STRATEGY

The present course assumes communication approach to teaching English. Grammar is reviewed through instructional videos, in textbook, and in class, with the oral and written practice as the follow-up. Grammar review connects grammar forms with specific communication scenarios, while providing a broad perspective of the overall grammar structure. Practice includes activities on finding and applying similarities, transforming words and phrases, finding and using suitable forms, composing dialogues, writing short descriptive and discursive texts.

### ASSESSMENT STRATEGY

The course uses various forms of assessment, including grades for class participation and homework, as well as a variety of written and online tests, interim tests and a final written test.

КУЛЬТУРО- ЛОГИЯ	72 часа	Общая учебная нагрузка	32 часа	Ауди- торная нагрузка	2	Зачетные единицы
	Зачет Форма промежуточ- ной аттестации		ПО ВЫБОРУ Статус			

### ЦЕЛИ КУРСА

Основные задачи курса:

- рассмотреть роль культурологии как науки;
- раскрыть основные направления ее развития;
- показать роль культуры в условиях современной глобализации, проследив при этом изменения в самом статусе культуры;
- проследить историю развития различных направлений культуры по ее узловым, определяющим моментам;
- постараться связать историю культуры различных эпох и стран с реалиями современного мира;
- рассмотреть культурные аспекты в деятельности современного бизнесмена.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Культурология», в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта, должен: раскрыть структуру и состав современного культурологического знания; рассмотреть соотношение культурологии и философии культуры; проанализировать систему основных понятий культурологии; соотнести изменения, происходящие в современной культуре, с глобальными процессами; охарактеризовать основные типы культур, показав при этом место и роль России в мировой культуре.

### ЛИТЕРАТУРА

Гуревич П.С. 2005. Культурология. – М.: Юнити

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Интерактивные занятия, дискуссии, групповая работа, тесты, домашние задания (реферат).

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Участие в дискуссиях и групповой работе, тесты, домашние задания (реферат), промежуточная аттестация, письменная зачетная работа.

**ПСИХОЛОГИЯ  
МЕЖЛИЧНОСТНЫХ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ**

**72  
часа**

Общая  
учебная  
нагрузка

**32  
часа**

Ауди-  
торная  
нагрузка

**2**

Зачетные  
единицы

**Зачет**  
Форма промежуточной аттестации

**ПО ВЫБОРУ**  
Статус

#### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса – ознакомление с особенностями межличностных взаимодействий, спецификой проявления неформальных отношений, овладение инструментарием по изучению интерперсональных отношений.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Данный курс рассчитан на освоение личностного НЕМАНИПУЛЯТИВНОГО взаимодействия, настроенности на человека, развитие ответственности и человечности по отношению к другим людям.

#### ЛИТЕРАТУРА

Куницына В.Н. , Казаринова Н.В. , Погольша В.М. Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001. — 544 с.: ил. — (Серия «Учебник нового века»).  
Бодалев А. А. Психология общения. М.: МОДЭК, МПСИ, 2007.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используются следующие методы обучения: интерактивное взаимодействие, дискуссия, ролевые игры, использование элементов арт-терапии.  
Виды учебной деятельности студентов: освоение учебного материала во время аудиторных занятий, анализ кейсов, подбор иллюстративных примеров, выполнение письменных анализов, самостоятельное изучение/освоение учебных/художественных материалов.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за активное участие в занятиях, психологический анализ художественного фильма, психологический анализ реального взаимодействия людей, промежуточную аттестацию, итоговую зачетную письменную работу.

**ЛОГИКА  
И КУЛЬТУРА  
РЕЧИ**

**72  
часа**

Общая  
учебная  
нагрузка

**32  
часа**

Ауди-  
торная  
нагрузка

**2**

Зачетные  
единицы

**Зачет**  
Форма промежуточной аттестации

**ПО ВЫБОРУ**  
Статус

#### ЦЕЛИ КУРСА

После окончания курса студенты должны уметь:

- выстроить свой образ оратора и защитить его по необходимости;
- самостоятельно оценить аудиторию и произнести уместную для данных слушателей речь;
- находить убедительные и логически организованные аргументы в любой ситуации;
- владеть основными схемами построения речей, строить грамотные и красивые высказывания в монологической и в диалогической речи;
- уметь бороться с некорректными методами ведения диалога;
- контролировать свою жестикуляцию;
- по мимике и жестам собеседника уметь определить его психологическое состояние;
- разбираться в типах собеседников, уметь их различить и грамотно построить диалог с каждым типом.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Логика и культура речи» состоит из восьми основных тем, каждой из которых посвящено 2 занятия – практическое и теоретическое. В начале каждой темы студентам предлагается конкретная ситуация, затем результаты ее решения обсуждаются всей группой, и для закрепления пишется небольшая письменная работа.

#### ЛИТЕРАТУРА

Кузнецов И.Н. 2009. Риторика. – М.: Дашков и К  
Рождественский Ю.В. 2006 Теория риторики. М.: Флинта

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В качестве метода используется сочетание системного и ситуационного подхода к изучению речи. На лекциях студенты получают системные знания по предмету, в течение решения конкретных ситуаций наблюдают за своими товарищами и за собой и обучаются благодаря совместному обсуждению каждого выступления и диалога.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Оценка за курс складывается из трех составляющих: выступление во время практической части занятия, участие в обсуждении выступлений других студентов; письменные работы по результатам каждой темы; письменная зачетная работа.



#### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является изучение географических аспектов менеджмента. Понимание этих аспектов позволит студентам овладеть методами пространственного географического анализа и сформирует навыки использования географической информации и ГИС как эффективного бизнес-инструмента.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Географические знания формируют географическое мышление необходимое для личностного и профессионального развития менеджера. Технологии географии, в том числе неогеографии, наглядно, логично, рационально иллюстрируют многие аспекты управления и могут быть отражены с использованием главного языка географии — карты. Бизнес география, предметом исследований которой являются географические аспекты менеджмента, представляет собой синтез геопространственного анализа и геоинформационных технологий, призванных повысить качество управления бизнес-процессами и оперативность принятия решений. Менеджеры, маркетологи, финансовые аналитики и логисты всё больше и больше полагаются на геоинформационные системы (ГИС) для организации, анализа и представления бизнес данных вне зависимости от форм собственности и уровня капитализации компаний. Умение работать с геопространственной информацией — важная составляющая менеджмента. Многие бизнес-процессы тесно связаны с географическими аспектами и могут быть решены на практике с помощью ГИС инструментов.

#### ЛИТЕРАТУРА

Гладкий Ю. Н., Сухоруков В. Д. 2009. Экономическая и социальная география зарубежных стран. Серия: Высшее профессиональное образование. Академия Хрущева А.Т. 2006. Экономическая и социальная география России: Учебник для вузов. - М: Дрофа.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В основе методики преподавания лежит деятельностный подход. Занятия построены на основе воспроизведение бизнес-процессов в интерактивной среде геоинформационной системы «Геомиксер» и последующего обсуждения результатов в малых группах. В рамках курса предусматривается посещение ГИС компании для ознакомления с её деятельностью.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс складывается из следующих элементов: активная работа в классе, домашнее задание и итоговая письменная зачетная работа.

## 2 курс — III семестр



#### ЦЕЛИ КУРСА

Основные задачи курса:

- дать студенту возможность составить представление об организации и её основных составляющих.
- познакомить студентов с основными теориями и концепциями теории организации.
- познакомить студентов с основными подходами к анализу организаций, включая анализ организационной структуры, организационной культуры и этапов развития организации.
- дать студентам возможность освоить навыки анализа практических примеров с использованием теоретических концепций; аргументированного письменного и устного изложения своей точки зрения; групповой работы и подготовки устных выступлений.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс представляет собой первый этап в изучении поведения человека в организации и включает вопросы, связанные с природой организации и её построением. Объектом изучения является деятельность по управлению организацией с участием человека и учетом воздействия внешнего окружения. Предметом изучения являются те отношения, которые складываются в организации по поводу преобразования получаемых ею ресурсов в продукт/услуги.

#### ЛИТЕРАТУРА

Виханский О.С., Наумов А. И., 2010, Менеджмент, 5-е изд., М.: Магистр, Инфра-M Daft Richard L. 2012. Organization Theory and Design. Cengage Learning

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Активное участие в занятии, письменные работы в начале занятия, групповой проект, контрольные работы.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс складывается следующим образом: активное участие в занятии, контрольные тесты в начале занятия, групповой проект, промежуточная контрольная работа, итоговая контрольная работа, письменная экзаменационная работа.

<b>МАКРОЭКОНОМИКА</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Курс макроэкономики – это основа для изучения международной экономики, государственного регулирования экономики, финансовых рынков и других дисциплин. Целями изучения курса является получение следующих знаний, умений и навыков:

- уверенное владение макроэкономическими терминами;
- понимание причин и последствий основных явлений и процессов, происходящих в макроэкономической среде;
- применение макроэкономических закономерностей для анализа конкретных ситуаций;
- знание основных источников макроэкономической статистики и умение грамотно использовать инструменты макроэкономического анализа.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения макроэкономики является экономическая система как единое целое. Предмет изучения макроэкономики – явления и процессы, происходящие в макроэкономической системе, такие как инфляция, безработица, экономический цикл и др.

Курс макроэкономики состоит из следующих разделов:

- основные макроэкономические процессы (экономический рост, инфляция, безработица, экономические циклы);
- национальные рынки (товарный рынок и денежный рынок, связь с международными рынками);
- экономическая политика государства (фискальная и монетарная политика).

### ЛИТЕРАТУРА

Агапова Т. А., Серегина С. Ф. 2007. Макроэкономика: учебник. - 8-е изд. - М.: Дело и Сервис

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Для обучения используются интерактивные методы – дискуссии во время занятий, разбор конкретных ситуаций и задач, обсуждение домашних заданий, ответов на тестовые вопросы. Кроме этого, предполагается самостоятельное изучение студентами отдельных вопросов по учебникам и вспомогательным материалам.

<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ</b>	<b>108</b> часов	Общая учебная нагрузка	<b>68</b> часов	Ауди-торная нагрузка	<b>3</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Задачами данного курса является ознакомление студентов с основами бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской отчетности, тенденциями реформирования национальной учетной системы. Студенты должны получить представление об объектах и методах бухгалтерского учета и конкретных способах их реализации. Приобретение студентами знаний и навыков в области бухгалтерского учета позволит им принимать эффективные управленческие решения в будущей профессиональной деятельности.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс разделен на два основных раздела: основы бухгалтерского учета и финансовый учет. Объекты изучения – имущество организаций, источники его формирования (обязательства) и хозяйственные операции, финансовая отчетность компаний. Предмет изучения – отражение бизнес-процессов хозяйственной деятельности компаний.

### ЛИТЕРАТУРА

Кондраков Н.П. 2012. Бухгалтерский учет: учебник, 4-е изд., перераб. и доп., - М.: ИНФРА-М

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы обучения, применяемые в курсе: интерактивные лекции, дискуссии и выполнение практических заданий, анализ кейсов, консультации до и после выполнения студентами индивидуальных и групповых проектов.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс состоит из следующих составляющих: активная работа на занятиях, выполнение тестовых заданий, промежуточная аттестация (контрольная работа), тесты, отчет об итоговом групповом проекте (групповая презентация и письменный отчет), письменная экзаменационная работа.



<b>СТАТИСТИКА</b>	<b>108 часов</b> Общая учебная нагрузка	<b>51 час</b> Аудиторная нагрузка	<b>3</b> Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации		
<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основная цель курса экономической статистики - формирование у студентов представления о статистической системе как информационной модели функционирования реальной экономики. Также в результате обучения у студентов формируются навыки:

- адекватно воспринимать язык статистики и экономики;
- пользоваться официальными и альтернативными источниками информации;
- применять статистические методы к анализу реальных условий хозяйствования на микро- и макроуровне.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из следующих разделов:

основы статистики: основные понятия, задачи и организация статистики, виды и методы статистического наблюдения социально-экономических явлений и процессов, методы обработки и анализа статистической информации;  
экономическая статистика: системы показателей статистики населения, статистики рынка труда, статистики заработной платы и рабочего времени статистики национального богатства, система национальных счетов.

#### ЛИТЕРАТУРА

Громыко Г.Л. (ред.) 2010. Теория статистики. Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М.  
Громыко Г.Л. 2008. Теория статистики, Практикум. - 4-е изд., перераб. и доп., - М.: ИНФРА-М

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В учебном процессе используется технология смешанного обучения (традиционные приемы в сочетании с электронными методами обучения). Самостоятельная работа предполагает как изучение теоретических вопросов, не рассмотренных в ходе аудиторных занятий, так и выполнение практических заданий, связанных с поиском статистических данных, выполнением расчетов в программе Excel и подготовкой аналитической записки с интерпретацией полученных результатов.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активную работу в классе, самостоятельную учебную работу, контрольные работы, письменную экзаменационную работу.

<b>СОЦИОЛОГИЯ</b>	<b>72 часа</b> Общая учебная нагрузка	<b>34 часа</b> Аудиторная нагрузка	<b>2</b> Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации		
<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

#### ЦЕЛИ КУРСА

Цель изучения данного курса – помочь учащимся получить представление о природе современного общества, связи между его духовными, социально-экономическими и политическими институтами, основных противоречиях и перспективах.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объект изучения - особенности, структура и перспективы современного общества в Европе и России, а также узловые концепции развития общественного процесса.

Предмет изучения - сопоставительный анализ социально-политических и теоретических предпосылок формирования современного общества, его политических институтов и базовых ценностей в Европе и специфика их протекания в России.

#### ЛИТЕРАТУРА

Тощенко Ж. Т. 2007. Социология: учебник для студентов вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА  
Фролов С.С. 2010 Общая социология: учебник. - М.: Проспект  
Добреньков В.И., Жабин А.П., Афонин Ю.А. 2011. Социология менеджмента: учебник для вузов, - М.: Академический Проект  
Николаев А.А. 2011. Социология управления: учебное пособие. М.: Альфа-М

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В рамках курса основными методами обучения являются анализ актуальных социологических проблем в обществе; выполнение кейсовых заданий; практическое применение социологических методов в целях разрешения прикладных задач в управлении; в то числе разработка программы исследования по конкретной управленческой проблеме с применением социологических методов, творческие задания (эссе).

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс учитывает следующие элементы: активная работа на занятиях, подготовка индивидуального эссе на заданную тему, программа исследования по конкретной управленческой проблеме с применением социологических методов, письменная экзаменационная работа.





### ЦЕЛИ КУРСА

Курс нацелен на формирование у студентов активной гражданской позиции, понимание практической значимости ценностных установок и социально активного поведения для ведения бизнеса. Курс дает возможность ознакомиться с социально значимыми проектами и благотворительной деятельностью конкретных представителей российского бизнес-сообщества через мастер-классы и участие в практических проектах.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из ряда семинаров, мастер-классов и практических заданий (Field Projects). В рамках курса исследуются нравственные и социальные аспекты ведения бизнеса, понятия социальной ответственности и устойчивого развития, практическая значимость социально активного поведения, исследуется современная практика социальной активности и благотворительности в России. Основное внимание уделяется индивидуальной социальной ответственности (ISR), в части корпоративной социальной ответственности (CSR) рассматриваются лишь несколько узких аспектов - корпоративная филантропия и волонтерство, сотрудничество с НКО.

### ЛИТЕРАТУРА

Mary C. Gentile, Giving Voice to Values: How to Speak Your Mind When You Know What's Right, Yale University Press  
 Варданян Р. Поверь в мечту. Русский пионер, №2 (53), март 2015.  
 Виханский О.С., 2014. Концептуальное изменение бизнес-образования // Проблемы теории и практики управления, 10/2014, стр.33-40.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В рамках данного курса обучение проводится и использованием различных методов, включая практические интерактивные семинары, мастер-классы с участием представителей российского бизнеса и благотворительных организаций, практические проекты, подготовку и представление групповых презентаций и проектов, творческие задания, написание эссе, составление и обсуждение фототчетов о практических проектах.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается из следующих элементов: активная работа в аудитории; оценка за групповую презентацию по заданной теме; оценка за участие в практических занятиях; оценки за контрольные работы; оценка за



### AIMS

The present course aims at developing language competencies required for effective use of English in academic setting and passing of IELTS examination. Upon successful completion of the course, the students should demonstrate ability to use a variety of listening, reading, and speaking strategies and skills necessary to perform specific language tasks varied in difficulty.

### COURSE CONTENT

The present course of English focuses on skills necessary for undergraduate studies and further studies in English. The course is presented to students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to B2 and C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters (the third and the fourth semesters of the curriculum), with 2 hours of in-class instruction per week each semester.

### BIBLIOGRAPHY

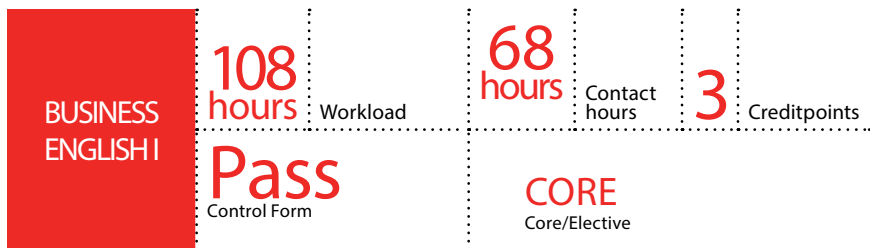
Jakeman Vanessa, McDowell Clare 2008. New Insights into IELTS, Student's Book, Workbook, Cambridge.  
 O'Connel Sue 2010. Focus on IELTS, Pearson Longman

### TEACHING STRATEGY

The present course uses teaching methods and strategy that focus on clarifying IELTS standards, developing the students' ability to work with the test materials in a rational and effective manner, and adapting the students to the main requirements of the international testing system.

### ASSESSMENT STRATEGY

Interim evaluation is performed through practice tests that correspond to IELTS requirements ([www.ielts.org](http://www.ielts.org)), active class participation, home assignments. Final examination is similar to IELTS test.



**AIMS**

The course aims at further developing business communication skills. The course objectives include:

- further developing reading skills required for working with authentic business texts in English, including articles from business magazines and papers;
- further enhancing the students' Business English vocabulary;
- developing listening skills required for comprehension of authentic listening material presented in different regional variants of English;
- further develop business communication skills;
- further develop business presentation skills.

**COURSE CONTENT**

The present course is the follow-up Business English course developed for students enrolled in the second year of Bachelor of Management program. It is presented to students with various degrees of English proficiency, from B2 (Intermediate/Upper Intermediate) to C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters, with 4 hours of in-class instruction per week each semester.

**BIBLIOGRAPHY**

Core texts:  
 For A2 level groups:  
 Cotton David, Falvey David, Kent Simon 2010. Market leader: Intermediate, 3rd Ed. - Pearson Education.  
 For B1 level groups:  
 David Cotton, David Falvey, Simon Kent. 2011. Market leader: Upper Intermediate. 3rd Ed. - Pearson Education.  
 Powell Mark 2010. Dynamic Presentations. - Cambridge University Press

**TEACHING STRATEGY**

Following the methods used in the previous two semesters, the students read a range of authentic materials, including articles from business magazines and papers, the students go through numerous vocabulary exercises and listen to lectures, interviews and business news with a follow-up analysis and practice of new vocabulary. These methods are combined with role plays, simulations, and case study.

**ASSESSMENT STRATEGY**

Ongoing progress is monitored through a series of written Vocabulary Quizzes, presentation assignments and group projects.



**AIMS**

The course aims at developing various academic English competencies, with a special emphasis on writing proficiency necessary for passing IELTS successfully. The course objectives include

- developing research, annotation, interpretation, and summary skills necessary for finding and selecting appropriate general, academic, and business sources for academic writing (essays, articles, reports) and presentations;
- developing overall English proficiency up to the level required for effective written communication in academic and business setting;
- providing students with the materials and media for reviewing and enforcing English grammar and vocabulary through study of phrasal verbs and idioms necessary for business and professional communication.

**COURSE CONTENT**

The present Academic Writing course focuses on skills necessary for academic studies in English. It is presented to students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to B2 and C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters (the third and the fourth semesters of the curriculum), with 2 hours of in-class instruction per week each semester.

**BIBLIOGRAPHY**

Jakeman Vanessa, McDowell Clare 2009. New Insights into IELTS, Student's Book, Cambridge  
 Martineau Charlie, Short Jane 2009. IELTS Graduation, Student's Book, Study Skills, Macmillan

**TEACHING STRATEGY**

Teaching strategy for the present course aims at developing variety of writing and time management skills necessary for rational approach to the Writing section of IELTS test, understanding IELTS standards and criteria, and adapting to IELTS requirements pertaining to academic writing. Written practice includes exercises aimed at topic and content analysis, incorporating given information into the writing, using appropriate writing style, expanding the range of writing structures and vocabulary, checking grammar and spelling, using idiomatic and expressive language, formulating one's own opinion, and identifying main trends in description of graphic information.

**ASSESSMENT STRATEGY**

Ongoing progress is monitored through various written assignments. At the end of the fall semester, as well as at the end of the academic year, students have to pass a written examination.

<b>ИСТОРИЯ ИСКУССТВА</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Освоение культурного наследия прошлого и развитие собственного духовного и творческого потенциала; знакомство с лучшими образцами мирового искусства прошлого и настоящего. После изучения данного курса студенты должны уметь:

- ориентироваться в культурных эпохах в рамках общего исторического процесса;
- различать основные направления и стили в искусстве;
- понимать специфику различных видов искусств, в связи с уникальностью их выразительных средств;
- выявлять специфические особенности и базовые ценности русского искусства;
- узнавать художественный подтекст выдающихся мастеров;
- грамотно анализировать и оценивать художественное произведение;
- применять искусствоведческие понятия и термины.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из следующих разделов: античный мир; христианское средневековье; европейское Возрождение; искусство нового времени; искусство XX века. Объектом изучения являются достижения мировой художественной культуры. Предметом изучения является системное освоение истории мирового искусства в рамках общего исторического и культурного процесса, художественных эпох, направлений и стилей.

#### ЛИТЕРАТУРА

Гнедич Г.Г. 2007. Всеобщая история искусств. – М.: Эксмо  
 Дмитриева Н. 2000. Краткая история искусств. - М.: Аст-ПРЕСС  
 Лихачев Д. 1992. Русское искусство от древности до авангарда. - М.: Искусство

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

На занятиях широко используется иллюстративный материал, фото, видео и аудиоматериалы. Занятия проводятся в форме семинаров и лекций. Используются такие формы работы как подготовка и осуществление групповых проектов, рефератов, письменное тестирование по материалам домашних заданий.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс учитывает следующие элементы: активное участие в дискуссиях и групповой работе, домашние задания, контрольные работы, групповые проекты, промежуточный зачет, итоговый письменный тест.

<b>ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И БИЗНЕСА: XX ВЕК</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди- торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Объектом изучения курса является история России в XX веке. Предметом изучения – этапы развития советской и постсоветской социальных систем, общие и особенные факторы, определявшие ход российской истории в широком контексте мировой истории, а также особенности формирования хозяйственных отношений в различных политических условиях.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Состоит из 3-х разделов: 1) История общественных отношений и бизнеса в СССР от Революции 1917-го года до Победы в Великой Отечественной войне, 2) Послевоенная история СССР и возрождение рыночных отношений и бизнеса в 1945 – 1991 гг., 3) История общественных отношений и бизнеса в современной России. В середине семестра предполагается проведение аттестационной письменной работы. По окончании семестра проводится письменный зачет по всему курсу.

#### ЛИТЕРАТУРА

Орлов А.С., Полунов А.Ю., Терещенко Ю.Я. 2003. Основы курса истории России. Учебное пособие. - М.: Проспект  
 Барсенков А.С., Вдовин А.И. 2008. История России 1917-2009. Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Тематические занятия с использованием наводящих и проверочных вопросов в форме беседы, домашние задания в форме письменных развернутых планов изученных на занятиях тем, а также рефераты по заинтересовавшим проблемам.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Участие в аудиторной работе, выполнение письменных домашних заданий, письменная зачетная работа.

<b>ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЫ</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Целью изучения курса является формирование у студентов научно обоснованных представлений об экономической природе денег и эволюции денежных систем, о закономерностях функционирования и развития кредитной системы и ее составных элементов.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Основы функционирования современной денежно-кредитной системы» формирует у студентов общее представление о денежной и кредитной системах, особенностях их исторического развития в России; о роли Центрального банка и кредитных организаций в организации и регулировании кредитных и денежных отношений; создает теоретическую базу для дальнейшего изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин.

#### ЛИТЕРАТУРА

Деньги, кредит, банки. Денежный и кредитный рынки : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. М.А. Абрамовой, Л.С. Александровой. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 378 с. – Серия : Бакалавр. Прикладной курс.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

На занятиях широко используется иллюстративный материал, фото, видео и аудиоматериалы. Занятия проводятся в форме семинаров и лекций. Используются такие формы работы как подготовка и осуществление групповых проектов, рефератов, письменное тестирование по материалам домашних заданий.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс учитывает следующие элементы: активное участие в дискуссиях и групповой работе, домашние задания, контрольные работы, групповые проекты, промежуточный зачет, итоговый письменный тест.

<b>БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ</b>	<b>72</b> часа	Общая учебная нагрузка	<b>34</b> часа	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса заключается в формировании у студентов представления о предпринимательстве, принципах построения бизнес-моделей, основанных на понимании ее ключевых блоков. В результате изучения курса студенты смогут: сформировать представление о видах предпринимательства, о личности, мотивах и поведении предпринимателей; оценить собственный потенциал к осуществлению предпринимательской деятельности; сформировать базовые навыки построения эффективной бизнес-модели будущей компании; получить представление о роли команды при создании собственного бизнеса, принципах ее создания и развития.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения курса является предпринимательская деятельность. Предмет изучения – бизнес-модель новой компании.

#### ЛИТЕРАТУРА

Остервальдер А., Пинье И. 2016, Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора, пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 288 стр.  
 Osterwalder A., Pigneur Y., Papadakis P., Bernarda G., Smith A. 2014, Value proposition design: How to create products and services customer want. – Canada.: John Wiley & Sons, 320 p.  
 Kawasaki G. 2015, The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, revised ed. – Portfolio Penguin, 346 p.

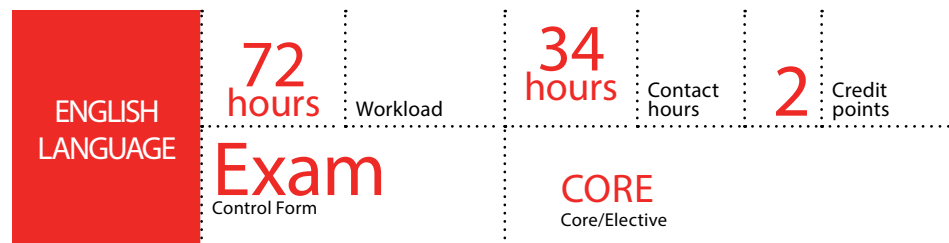
#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Основными методами обучения выступают: групповые дискуссии, практические занятия, разбор конкретных ситуаций, мастер-классы экспертов и специалистов, внутри и внеаудиторная групповая проектная работа, самостоятельное изучение рекомендованного материала, подготовка к практическим занятиям и заданиям текущего контроля.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за активное участие на занятиях, групповой проект, промежуточную аттестацию, индивидуальное эссе, итоговую работу.

## 2 курс — IV семестр



### AIMS

The present course aims at developing language competencies required for effective use of English in academic setting and passing of IELTS examination. Upon successful completion of the course, the students should demonstrate ability to use a variety of listening, reading, and speaking strategies and skills necessary to perform specific language tasks varied in difficulty.

### СОДЕРЖАНИЕ

The present course of English focuses on skills necessary for undergraduate studies and further studies in English. The course is presented to students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to B2 and C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters (the third and the fourth semesters of the curriculum), with 2 hours of in-class instruction per week each semester.

### ЛИТЕРАТУРА

Jakeman Vanessa, McDowell Clare 2008. New Insights into IELTS, Student's Book, Workbook, Cambridge.  
O'Connel Sue 2010. Focus on IELTS, Pearson Longman

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

The present course uses teaching methods and strategy that focus on clarifying IELTS standards, developing the students' ability to work with the test materials in a rational and effective manner, and adapting the students to the main requirements of the international testing system.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Interim evaluation is performed through practice tests that correspond to IELTS requirements ([www.ielts.org](http://www.ielts.org)), active class participation, home assignments. Final examination is similar to IELTS test. I



### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является изучение сущности маркетинга как системы управленческих процессов и решений, обеспечивающих ориентацию компании на потребителя как главного фактора внешней среды.

После изучения данного курса студенты должны быть способны:

- понимать важнейшую роль маркетинга в системе управленческих процессов современных компаний;
- владеть и свободно оперировать основным понятийным аппаратом в области маркетинга;
- знать и уметь применять в ходе работы над проектами основные маркетинговые инструменты;
- понимать происходящую эволюцию маркетинговых концепций.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из трех основных частей: базовые понятия, маркетинговые стратегии, маркетинговый комплекс. Объектом изучения является маркетинговая деятельность коммерческих компаний и фирм, и связанные с ней управленческие процессы и решения. В качестве методов обучения используется ситуационный, матричный и описательный подходы к изучению маркетинга.

### ЛИТЕРАТУРА

Котлер Ф., Келлер К.Л., 2007. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-изд. /Пер. с англ. – Спб.: Питер.  
Хибинг Р., Купер С. 2010, Маркетинг. /Пер. с англ. – М.: Эксмо, – Полный курс MBA

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Интерактивные занятия, обсуждения практических ситуаций (кейсов), домашние письменные задания, промежуточная контрольная работа, групповой проект.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: участие в дискуссии и групповой работе, тесты и домашние задания, промежуточная аттестация, письменная экзаменационная работа.



<b>ЭКОНОМЕТРИКА</b>	<b>108 часов</b> Общая учебная нагрузка	<b>48 часов</b> Аудиторная нагрузка	<b>3</b> Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации		
<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основной целью курса является формирование у студентов знаний, которые позволят им понимать и оценивать работы, выполняемые в бизнес-практике с использованием эконометрического анализа, позволят самим корректно строить, анализировать и практически использовать базовые модели регрессионного анализа, а также создадут основу для освоения, в случае необходимости, более продвинутых эконометрических методов. Предполагается, что студенты, приступающие к изучению курса, владеют основами теории вероятностей и математической статистики, а также умеют работать с Microsoft Excel

#### СОДЕРЖАНИЕ

Работа на занятиях, как правило, будет проводиться по следующей схеме: презентация теоретического материала, совместное и самостоятельное решение практических задач. Усвоение материала будет оцениваться по выполненным домашним заданиям и по двум промежуточным контрольным работам. На последнем занятии будет проведена заключительная контрольная работа по материалам всего курса.

#### ЛИТЕРАТУРА

Gujarati D. N. 2003. Basic Econometrics. McGraw-Hill, 4th ed.  
Промахина И.М. 2009. Эконометрика. Вводный курс. Учебное пособие. – М.: Дипломатическая академия МИД РФ Восток-Запад

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Презентации, решение задач и их обсуждение, промежуточные и итоговая контрольные работы.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс учитывает следующие элементы: активность работы на занятиях, выполнение домашних заданий, первая контрольная работа, вторая контрольная работа, заключительная экзаменационная письменная работа.

<b>ПОЛИТОЛОГИЯ</b>	<b>72 часа</b> Общая учебная нагрузка	<b>32 часа</b> Аудиторная нагрузка	<b>2</b> Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации		
<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус			

#### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса «Политология» является изучение студентами основных концепций и подходов, а также ключевых тенденций мирового политического развития и проблем, существующих в мировой политике. Программа курса носит проблемно-аналитический характер и предполагает прикладной анализ современных проблем мировой политики.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс включает в себя следующие темы и разделы:  
Понятия и соотношение предметных областей мировой политики, международных отношений и политологии.  
Политическая система мира.  
Мировые политические процессы (мегатренды). Глобализация.  
Мировые политические процессы (мегатренды). Интеграция.  
Мировые политические процессы (мегатренды). Демократизация.  
Действующие субъекты в политической системе мира.  
Проблема безопасности в современном мире.

#### ЛИТЕРАТУРА

Лебедева М.М. 2006. Мировая политика. - М.: Аспект-пресс  
Богатуров А.Д. (ред.) 2004. Системная история международных отношений в 4 т. - М.: НОФМО  
Цыганков П.А. 2002. Теория международных отношений.- М.: Гардарики.  
Журналы: Полис, Космополис, Международная жизнь, МЭ и МО

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Устные выступления и участие в дискуссиях, контрольные работы, рецензия на книгу/статью, промежуточная аттестация.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: устные выступления и активное участие в дискуссиях, контрольные работы, рецензию на книгу/статью, промежуточную аттестацию, письменную зачетную работу.





### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является формирование основ правовых знаний, необходимых в различных областях практической деятельности будущим менеджерам. В результате изучения курса студенты должны:

- четко представлять структуру государственного устройства России, ее правовой системы и внутреннюю взаимосвязь современного законодательства;
- уметь быстро и правильно определять верное направление поиска ответа на вопрос, ориентируясь в основных отраслях права;
- уметь свободно оперировать основными категориями и понятиями курса;
- уметь дать характеристику основных правовых явлений.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из трех разделов: Государство; Право и правоотношения с участием граждан и организаций; Отрасли права.

Объектом изучения является государственное устройство и правовая система Российской Федерации. Предмет изучения – Государственное устройство РФ и основные правоотношения с участием граждан и организаций.

### ЛИТЕРАТУРА

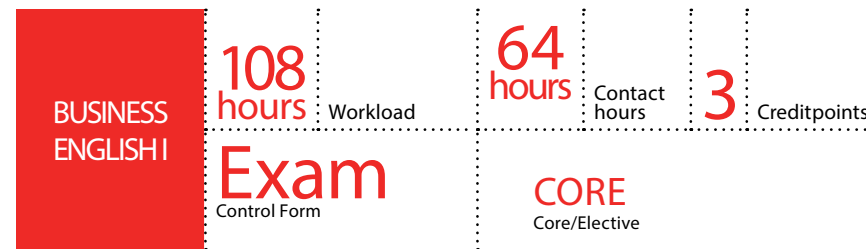
Пугинский Б.И. 2007. Правоведение. - М.: Юрайт.  
Конституция Российской Федерации.  
Правовые системы «Гарант» и «Консультант Плюс»

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Мини-презентации с использованием интерактивных методов, практические занятия в группах и парах, дискуссии, самостоятельное изучение нормативного материала, выполнение домашних заданий, контрольные работы.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается из следующих составляющих: активное участие в дискуссиях и групповой работе, домашние задания, контрольные работы, итоговая зачетная работа.



### AIMS

The course aims at further developing business communication skills. The course objectives include:

- further developing reading skills required for working with authentic business texts in English, including articles from business magazines and papers;
- further enhancing the students' Business English vocabulary;
- developing listening skills required for comprehension of authentic listening material presented in different regional variants of English;
- further develop business communication skills;
- further develop business presentation skills.

### COURSE CONTENT

The present course is the follow-up of Business English course developed for students enrolled in the second year of Bachelor of Management program. It is presented to students with various degrees of English proficiency, from B2 (Intermediate/Upper Intermediate) to C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters, with 4 hours of in-class instruction per week each semester.

### BIBLIOGRAPHY

Core texts:

For A2 level groups: Cotton David, Falvey David, Kent Simon 2010. Market leader: Intermediate, 3rd Ed. - Pearson Education.

For B1 level groups: Cotton David, Falvey David, Kent Simon 2011. Market leader: Upper Intermediate, 3rd Ed. - Pearson Education.

Powell Mark 2010. Dynamic Presentations. - Cambridge University Press

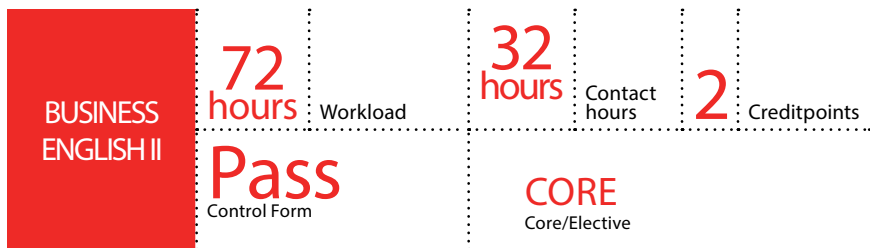
### TEACHING STRATEGY

Following the methods used in the previous two semesters, the students read a range of authentic materials, including articles from business magazines and papers, the students go through numerous vocabulary exercises and listen to lectures, interviews and business news with a follow-up analysis and practice of new vocabulary. These methods are combined with role plays, simulations, and case study.

### ASSESSMENT STRATEGY

Ongoing progress is monitored through a series of written Vocabulary Quizzes, presentation assignments and group projects.

At the end of the spring term, there is a final test that consists of a written and oral examination.



### AIMS

The course aims at developing various academic English competencies, with a special emphasis on writing proficiency necessary for passing IELTS successfully. The course objectives include

- developing research, annotation, interpretation, and summary skills necessary for finding and selecting appropriate general, academic, and business sources for academic writing (essays, articles, reports) and presentations;
- developing overall English proficiency up to the level required for effective written communication in academic and business setting;
- providing students with the materials and media for reviewing and enforcing English grammar and vocabulary through study of phrasal verbs and idioms necessary for business and professional communication.

### COURSE CONTENT

The present Academic Writing course focuses on skills necessary for academic studies in English. It is presented to students with various degrees of English proficiency, from B1 (Pre-Intermediate) to B2 and C1 (Upper-Intermediate/Advanced). The course covers two semesters (the third and the fourth semesters of the curriculum), with 2 hours of in-class instruction per week each semester.

### BIBLIOGRAPHY

Jakeman Vanessa, McDowell Clare 2008. New Insights into IELTS, Student's Book, Cambridge  
Martineau Charlie, Short Jane 2009. IELTS Graduation, Student's Book, Study Skills, Macmillan

### TEACHING STRATEGY

Teaching strategy for the present course aims at developing variety of writing and time management skills necessary for rational approach to the Writing section of IELTS test, understanding IELTS standards and criteria, and adapting to IELTS requirements pertaining to academic writing.

Written practice includes exercises aimed at topic and content analysis, incorporating given information into the writing, using appropriate writing style, expanding the range of writing structures and vocabulary, checking grammar and spelling, using idiomatic and expressive language, formulating one's own opinion, and identifying main trends in description of graphic information.

### ASSESSMENT STRATEGY

Ongoing progress is monitored through various written assignments.

At the end of the fall semester, as well as at the end of the academic year, students have to pass a written examination.



### ЦЕЛИ КУРСА

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний о роли институтов в формировании стимулов экономических агентов и экономическом развитии, закономерностях динамики институтов и роли государства в этом процессе, возможностях институционального проектирования.

### СОДЕРЖАНИЕ

Объекты изучения – правила, институты, права, трансакции, трансакционные издержки. Предмет изучения – стимулы, создаваемые институтами при принятии решений и выбор из набора дискретных институциональных альтернатив.

### ЛИТЕРАТУРА

Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория, 2011. Учебник / Под ред. А.А. Аузана. – М.: ИНФРА – М.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Основными видами аудиторной учебной работы являются интерактивные лекции, на которых будет презентовать новый материал, проводится разбор кейсов и обсуждаться теоретические и прикладные вопросы в рамках тем курса.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс состоит из следующих составляющих: активная работа на занятиях, промежуточные аттестации (контрольные работы), итоговая зачетная работа.

<b>СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ</b>	<b>72 часа</b>	Общая учебная нагрузка	<b>32 часа</b>	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основной целью курса является получение теоретических и практических навыков в использовании традиционных и новых подходов в управлении людьми. После изучения данного курса студенты должны уметь:

- использовать экологические способы воздействия на других людей для эффективного управления их деятельностью;
- оценивать собственные психологические возможности в процессе взаимодействия с другими людьми и группами;
- использовать практические навыки сознательного управления процессами адаптации личностных качеств к социальной среде;
- определять степень коммуникативной компетентности;
- понимать основные механизмы групповой динамики;
- ориентироваться в стилях межличностных коммуникаций;
- использовать различные технологии сопротивления негативному социальному воздействию.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения являются психологические возможности человека во взаимоотношениях с другими людьми, взаимовлияние и взаимозависимость человека-организатора и социальной общности (персонала организации), психологический аспект личности в процессе управления организацией. Предметом изучения являются различные виды отношений людей в процессе установления или разрушения контактов, планирования задач, осуществления изменений. Предметом изучения является также осознание человеком своего места и роли в организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

Майерс Д. 2007. Социальная психология. - СПб.: Прайм-Еврознак, Харвест.  
Столяренко А.М. (ред.) 2001. Социальная психология. - М.: Юнити или Столяренко Л.Д., Самыгин С.И. 2009. Социальная психология. - М.: Феникс  
Бэррон Р., Бирн Д., Джонсон Б. 2003. Социальная психология. Ключевые идеи. - СПб.: Питер

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В основе методики обучения лежат интерактивные методы, такие как лекции с дискуссиями и дебатами; кейсы; видео, аудиоматериалы; выполнение творческих заданий; работа в малых группах; групповые проекты; ролевые игры, психологические тренинги и разминки.

<b>ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА В СТРАНАХ АЗИИ</b>	<b>72 часа</b>	Общая учебная нагрузка	<b>32 часа</b>	Ауди-торная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основные задачи курса:

- Сформировать представление об азиатском бизнесе;
- Познакомить с азиатским регионом, представляющим существенные бизнес возможности для России;
- Подготовить студента к международной деятельности с представителями данного региона;
- Расширить профессиональный кругозор студента в области экономического развития стран Азии, корпоративного управления, социально-культурных особенностей региона;
- Дать студенту возможность приобрести ряд практических навыков анализа бизнес ситуации, выявления потенциальных бизнес возможностей на основе изучения конкретных ситуаций, навыков групповой работы, аргументированного письменного и устного изложения своей точки зрения

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Ведение бизнеса в странах Азии» представляет собой курс по выбору для студентов, имеющих интерес в области международного бизнеса, маркетинга и международных стратегий. В ходе изучения рассматриваются культурные особенности и пути ведения бизнеса в основных странах азиатского региона (Индия, Южная Корея, Китай, Япония, Сингапур и Индонезия). Изучение курса способствует более глубокому пониманию специфики стран Азии, их социально-культурного многообразия и изучению практических аспектов делового сотрудничества.

#### ЛИТЕРАТУРА

Ed. by Hasegawa H., Noronha C. 2009. Asian Business and Management, Palgrave Macmillan  
Morrison T., Conaway W.A. 2006. Kiss, Bow, or Shake Hands: Asia, Adams Media

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используется метод обсуждения конкретных ситуаций, групповые проекты, а также индивидуальные письменные задания.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается из следующих составляющих: активное участие в занятиях, выполнение группового проекта, итоговая письменная зачетная работа.



### ЦЕЛИ КУРСА

Образовательными результатами курса являются:

- Понимание основных концепций и теорий экономической географии;
- Знания по отраслям сельского хозяйства, промышленности, сферы услуг;
- Умение охарактеризовать экономико-географическое положение ключевых стран;
- Умение применять страноведческие знания в управленческой деятельности

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс направлен на раскрытие вопросов, связанных с развитием общества и изменениями в структуре экономики стран мира. Объектами изучения являются отрасли хозяйства, города, население и отдельные страны мира. Уделяется особое внимание принципам функционирования и размещения отдельных производств и комплексному страноведческому обзору.

### ЛИТЕРАТУРА

Максаковский В.П. 2009. Географическая картина мира: В 2 кн. Кн. 1: Общая характеристика мира. – 4-е изд. – М.: Дрофа.  
 Максаковский В.П. 2009. Географическая картина мира: В 2 кн. Кн. II: Региональная характеристика мира.-4-е изд., стереотип. - М.: Дрофа.  
 Вольский В.В. (ред.) 2005. Социально-экономическая география зарубежного мира. – М.: Дрофа

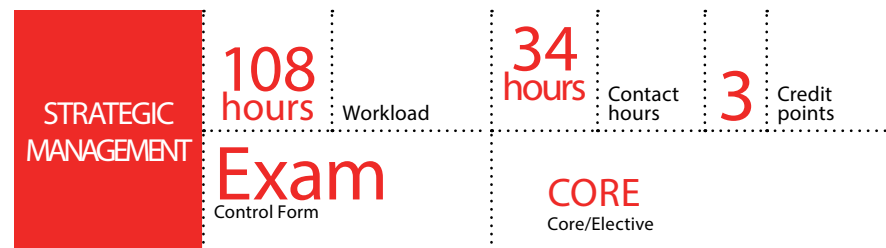
### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В курсе используются методы, направленные, как на формирование устойчивых знаний, полученных в ходе занятий, так и на развитие умений анализировать фактический и статистический материал.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: активное участие в занятиях, тесты в течение всего курса, домашние задания, итоговую письменную зачетную работу.

## 3 курс — V семестр



### AIMS

The objectives of modules on strategic management are:

- To understand the processes and techniques associated with analysing environmental, industry, and company data in order to identify significant threats, opportunities, organizational capabilities, and strategy alternatives inherent in a specific situation;
- To introduce basic concepts, theories and approaches in the field of strategic management;
- To provide knowledge and skills for students to conduct effective organizational research and opportunities to practice strategic management skills through real examples of business situations and case analysis;
- To develop analytical, communication, interpersonal, teamwork, and leadership skills;
- To provide a framework that can be used to integrate what students have learned and are learning in the other disciplines and to enhance this learning through case analysis.

### COURSE CONTENT

This course deals with the development and implementation of organization strategy and focuses on the perspectives, analytical techniques and skills utilized by managers to improve an organization's probability of attaining sustainable competitive advantage and success in the long term. I

### BIBLIOGRAPHY

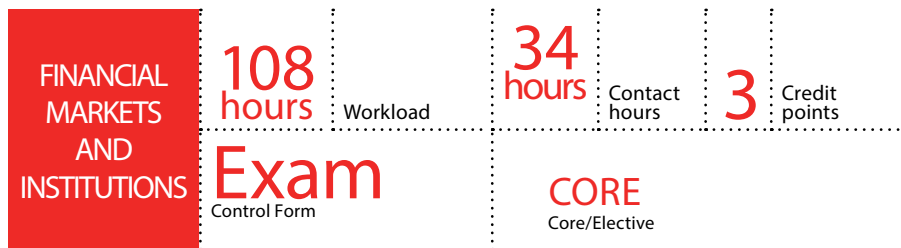
Dess G.G., Lumpkin G.T., Eisner A. 2010. Strategic Management: Creating Competitive Advantages, 5th edition, McGraw-Hill  
 Hitt M.A., Ireland R.D., Hoskisson R.E. 2005. Strategic management, Competitiveness and Globalization: Concept and Cases, 6th edition, South-Western.

### TEACHING STRATEGY

The course requires extensive reading, active discussion and individual and team work. Instructor's role will be to facilitate the implementation of these activities and provide guidance and instructions.

### ASSESSMENT STRATEGY

Class participation, individual projects, group project (case study), final written test.



### AIMS

The key objective of this course is to provide students with fundamental understanding of the financial system, the functions of financial markets and institutions. After this course students should be able to describe contemporary financial markets and institutions, explain the fundamentals of structure of financial system, demonstrate the understanding of basic definitions and financial principles, purposes of financial instruments and different types of financial markets, understand the variety of interest rates, perform simple calculations and explain their applications, place financial markets in a broader economic context and apply general business knowledge to various forms of financial markets and institutions, interpret basic financial data and critically examine the publications in financial press.

### COURSE CONTENT

This course is designed to guide students in developing analytical and critical skills as applied to financial markets and institutions in both domestic and international perspectives. We start with the overview of financial system and its functions, then we discuss the basic concepts of financial markets and consider different types of financial markets. We also cover issues of current importance such as the financial crises, derivatives usage, international financial relations etc. During the course students actively use case-studies and prepare group projects.

### BIBLIOGRAPHY

Mishkin F. and Eakins S. 2008. Financial markets and institutions. – 6th ed., Prentice Hall.

Wall Street Journal website – wsj.com

Other resources (websites of information agencies, business newspapers, exchanges, regulators etc.)

### TEACHING STRATEGY

Instructor presentations, discussions, case analyses, group work.

### ASSESSMENT STRATEGY

Students' academic performance is assessed basing on: WSJ articles presentations, written quizzes, group presentation, homework, class discussion, case analysis and oral quizzes, active participation in class discussions, final written exam test.



### ЦЕЛИ КУРСА

После изучения курса студенты:

- обогатятся новой фактологией мировой интеллектуальной культуры;
- обретут новые методы интеллектуальной деятельности;
- усовершенствуют умения и навыки исследовательской работы;
- задумаются о роли мировоззрения в личной жизни и в профессиональной работе.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из 5 частей:

- онтология-теория бытия;
- гносеология-теория познания;
- логика и методология;
- социальная философия-теория общества;
- история философии – теория мысли и интеллекта.

Объект курса — Интеллект в мире и мир в Интеллекте. Предмет курса — совокупность исторических форм, методов, принципов, практик, проектов, учений, условий, посредством которых и в рамках которых осуществляется познание и усвоение человеком законов Интеллекта.

### ЛИТЕРАТУРА

Спиркин А. Г. 2005. Философия. - М.: Гардарики

Иванов А. В., Миронов В. В. 2004. Университетские лекции по метафизике. - М.: Современные тетради

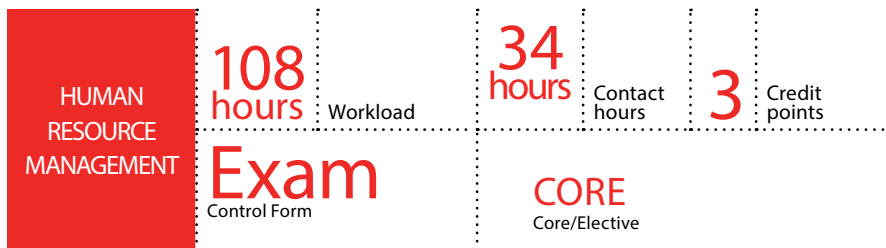
### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Лекции, семинары, написание рефератов, эссе, рецензирование философских работ, аналитические обзоры литературы по заданным темам.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс включает в себя оценки за: участие в групповых дискуссиях и работе в классе; контрольные работы (тесты), письменные домашние задания, экзаменационную работу.





### AIMS

The aim of this course is to provide a balanced introduction to the complex world of human resource management. The course is designed to introduce the basic concepts, functions and processes of human resource management and to create an awareness of the role and functions of the human resource management department of organisations.

### COURSE CONTENT

The course aims at creating an overall understanding of a human resources (HR) management system. Upon completion students will understand basic concepts and methods of HR management and will gain practical skills in the field. The course considers the main theories and concepts of human resources management, personnel planning, HR policies, personnel selection and hiring, personnel development, and career management.

### BIBLIOGRAPHY

Stredwick John, An Introduction to Human Resource Management. E-book available at <http://ebooks.com/>.

### TEACHING STRATEGY

The teaching methods include interactive lectures, in-class discussions, case analysis, integrative group project and group presentation, individual project.

### ASSESSMENT STRATEGY

Students' final grade will consist of the following components: active participation in a class work, an individual project, group assignments which form a basis for weekly class discussions, a group case analysis and presentation, and the final written test.



### ЦЕЛИ КУРСА

- критически читать, слушать, говорить и писать;
- отличать качественную информацию от некачественной;
- анализировать аргументы и находить и строить убедительные аргументы;
- предвидеть и решать проблемы, возникающие в сложных социальных системах;
- осмысленно подходить к оценке своего собственного опыта и системы миропонимания;
- использовать строгие методы исследования и поиска информации.

### СОДЕРЖАНИЕ

Мы живем в обществе, которое насыщено информацией. То, что раньше было уделом избранных, сейчас доступно широким слоям населения. Мы сталкиваемся с огромным количеством ложной или недостоверной или обманчивой информации – в интернете, в средствах массовой информации, даже в аудитории. Способность мыслить критически и понимать корень проблем – это способность, ключевая как для лидеров, так и для большинства людей. Для лидеров и руководителей эта способность приобретает особое значение. Им часто, почти всегда, приходится принимать решения о вопросах, которые находятся за пределами их области компетенции. Они должны иметь возможность делать беспристрастные и обоснованные суждения о качестве информации, поступающей к ним, людям, предоставляющих эту информацию, и аргументах, используемых в дискуссии. И лидеры и руководители также должны очень хорошо понимать, как сделать их собственные аргументы и позицию убедительными, и как информационный обмен происходит в сложных социальных системах.

### ЛИТЕРАТУРА

Perelman, The Realm of Rhetoric. Chapter 2: Argumentation, Speaker, and Audience, Chapter 4: Choice, Presence and Presentation.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Курс преподается в интенсивном режиме. Каждое занятие требует как минимум 8-10 часов подготовки. К каждому занятию необходимо подготовить письменные работы объемом от 3 до 5 страниц.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Письменные домашние задания, презентации, критический анализ выступлений других студентов, письменная экзаменационная работа.





### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса – освоение студентами ключевых знаний и развитие базовых компетенций в области управления операциями и процессного менеджмента. Целью курса также является усвоение студентами того, каким следует быть операционному менеджеру для эффективной и высокозачитной профессиональной и социальной деятельности.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из следующих разделов:

1. Изучение принципов построения операционных систем
2. Изучение опыта операционных систем производственной и сервисной компании
3. Выполнение учебного проекта по организации рабочего пространства

### ЛИТЕРАТУРА

5S для рабочих. Как улучшить свое рабочее место. Изд. 4-е, переработанное. М. ИКСИ, 168 стр.  
 5S для офиса. Как организовать эффективное рабочее место. М. ИКСИ, 214 с.  
 Сиртаки по-японски. М. ИКСИ, 192 с.  
 Эти книги можно частично прочесть в электронном формате в онлайн-библиотеке: [www.leaninfo.ru/library](http://www.leaninfo.ru/library)

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе изучения курса студенты должны познакомиться с тем, что нужно делать для:

- выявления недостатков процессов создания ценности
- организации рабочего пространства
- стандартизации работы
- организации проектной работы
- мотивации персонала к непрерывному улучшению операций
- подачи предложений по улучшениям своей работы.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Оценка достижения образовательных результатов складывается из следующих компонентов: активная работа в аудитории, на предприятиях и отношение к учебному процессу, выполнение группового проекта, выполнение персонального проекта, письменные тесты, финальный экзамен.



### ЦЕЛИ КУРСА

Учебный курс «Основы отраслевой экономики» формирует у студентов понимание основ работы ключевых отраслей российской экономики. При этом в рамках курса изучаются как технологические, так и экономические основы работы отраслей российской экономики.

### СОДЕРЖАНИЕ

В рамках разработанного учебного курса «Основы отраслевой экономики» изучаются следующие отрасли: Топливо-энергетический комплекс (от добычи топливно-энергетических полезных ископаемых до производства и распределения электроэнергии); Черная металлургия; Цветная металлургия; Нефтепереработка; Химическая промышленность; Деревообработка и целлюлозно-бумажная промышленность; Машиностроение; Легкая промышленность; Сельское хозяйство; Пищевая промышленность; Строительство и транспорт.

### ЛИТЕРАТУРА

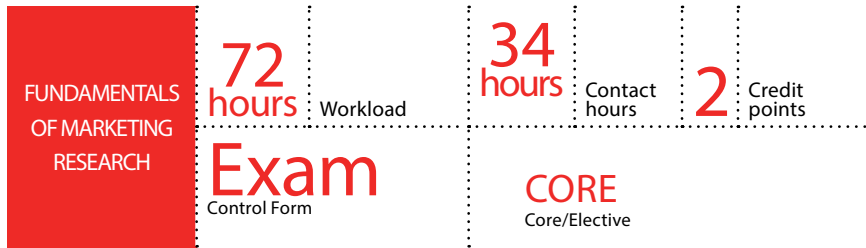
- 1) Зарецкий А., Иванова Т. Промышленные технологии и инновации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014. – 480 с.
- 2) Агабеков В.Е. Нефть и газ: технологии и продукты переработки / В.Е. Агабеков, В.К. Косяков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 458 с.
- 3) Ф. Мэттьюз, Р. Ролингс Композитные материалы. Механика и технология. – Москва: Техносфера, 2004. – 408 с.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В рамках каждой темы для изучения технологических основ работы отраслей используются документальные фильмы, в которых в познавательной форме показана деятельность предприятий различных отраслей изнутри по всей технологической цепочке производства той или иной продукции. На занятия к студентам также приглашаются менеджеры из ведущих российских компаний, которые могут на примере данного предприятия осветить современные тенденции и наиболее перспективные направления развития отрасли. Для знакомства с сырьевой базой различных отраслей студентам также организуется экскурсия в Государственный геологический музей им. В.И. Вернадского.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Контроль качества освоения дисциплины осуществлялся с помощью опроса в аудитории и оценки активности работы на занятиях; промежуточных тестов на



**AIMS**

The objective of the course is to provide a fundamental understanding of marketing research key concepts and methods, along with relevant skills, needed for running marketing research and leveraging its results to make business decisions.

**COURSE CONTENT**

“Fundamentals of Marketing Research” provides an introduction to marketing research as a business decision-making tool and covers the key concepts, processes and techniques, as well as their applications. The course is broadly structured to follow the steps in the marketing research process. It includes the following key topics: the role of marketing research, research design and methods (including qualitative and quantitative methodologies and secondary data analysis), questionnaire design and data collection methods, basic principles of data analysis and reporting.

**BIBLIOGRAPHY**

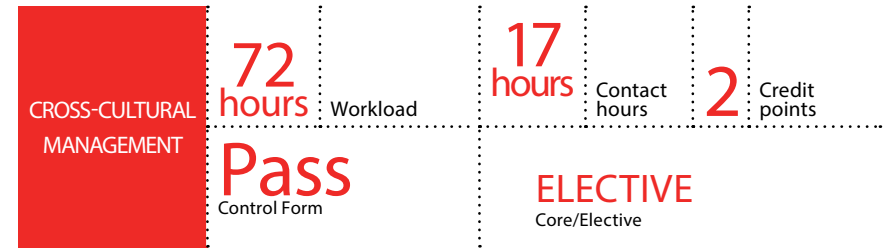
Malhotra N. 2008. Marketing Research: An Applied Orientation, 5-th edition, London, Prentice Hall/Pearson Education.  
 Hague P., Harrison M., Cupman J., Truman O. 2016. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight, 3-rd edition. Kogan Page.

**TEACHING STRATEGY**

The course is delivered via:  
 1) Class meetings including interactive discussions with instructor and between the students, practical exercises, business cases analysis, role playing. Students will work in class both individually and in small groups.  
 2) Individual and group homework assignments (including reading and analyzing recommended texts, searching for required information in open sources, data analysis etc.);  
 3) Intermediate and final results check.

**ASSESSMENT STRATEGY**

The final student’s performance assessment is based on the following activities contributions: active participation in class, group assignments/projects (homework), individual assignments (homework), intermediate test , final exam.



**AIMS**

The objective of the course is to introduce to the students scientific and practical aspects of the subject Cross-cultural Management. The aim is to sensitize them for differences in cultures that may have an impact on doing business or on interacting with representatives from different cultures.

**COURSE CONTENT**

The students will learn the most common models to compare cultures of Geert Hofstede, Fons Trompenaars, Richard Lewis and others.  
 On a large number of various cases the lecturer who has been an international business man and Public Relations practitioner for more than 25 years will explain a variety of different situations and how to deal with them.  
 The cases will be related to international negotiations, leadership styles, working in international teams, product launches as well as marketing and communication in the international arena. Country cases involve Germany, France, UK, Spain, Italy, Turkey, US, China, Japan, Malaysia and many others.

**BIBLIOGRAPHY**

All reading materials required for this course will be distributed to students.  
 For additional reading on Cross-Cultural Organizational Behavior students may address: Nancy J. Adler, 2001. International Dimensions of Organizational Behavior. 4th ed. South-Western.

**TEACHING STRATEGY**

The course consists of 8 classes a’ 90 minutes and a written test of 90 minutes. The format is interactive seminar style including group work, students’ presentations, intensive Question and Answer sessions, discussions etc.

**ASSESSMENT STRATEGY**

The final score is composed of the following components: active participation in classwork, homework, a group project (presentation), and the examination test. Active participation in classwork involves answering questions, participating in case studies and practical exercises.



#### AIMS

This module aims:

- To provide students with an understanding of the role of the government in the economy;
- To develop the ability of students to analyse public and municipal policy, and to estimate its influence on the business environment.

#### COURSE CONTENT

Topics of the module will include: the concepts of the state regulation of economy; the system of public authorities; and the main areas of state policy such as fiscal, monetary, industrial, anti-trust, social, foreign and regional policies. The focus will be on state economic policy, its possible forms and mechanisms. Cases both from Russia and foreign countries will be used in this module.

#### BIBLIOGRAPHY

Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn 2009. Economics, 18th edition, McGraw-Hill.  
Valdez Stephen 2007. An Introduction to Global Financial Markets, Palgrave Macmillan.

#### TEACHING STRATEGY

Methods of studying will include face-to-face class learning, work in groups, case analysis and essay writing.

#### ASSESSMENT STRATEGY

Components of the final mark: active participation in class discussions, a group project, an individual essay, in-class tests, and the final written test.



#### AIMS

This courses aims:

- To improve the students' awareness of the basics of regional economies, and relations emerging from interacting regional economies;
- To develop the students' ability to manage regional social economic development issues;
- To provide understanding of the role of regional policies in territorial socioeconomic development.

#### COURSE CONTENT

The course "Regional Economics" focuses on the discussion of regional economic issues. A region is seen as a complex social economic system. The course explores production location theories and the most common regional management problems of territorial development imbalance. Foreign experience of regional policy is analysed to assess its eligibility and feasibility for use in other regions. Special attention is paid to the development of students' practical skills in regional studies and in taking managerial decisions. A special information base is formed for these purposes. The objective of the course is to further the understanding of the economy of regions and smaller territorial units. The subject of the course concerns national economic system interrelations that emerge in the process of building up a region's territorial production structure.

#### BIBLIOGRAPHY

Granberg A.G. 2006. Basics of Regional Economy(RUS)  
Philip McCann. 2013. Modern Urban and Regional Economics. Second Edition. (ENG).

#### TEACHING STRATEGY

Teaching methods used in the course include presentations on course themes, case study interactive discussion based on Russian and foreign best practices of regional management and experiential exercises based on actual data and statistics.

#### ASSESSMENT STRATEGY

Components of the final mark: a group presentation, a written homework assignment, written in-class assignments, in-class tests, and a final written test.



#### AIMS

The module will show the importance of E-Commerce in the economic environment, how the repetitive IT systems have to be developed and managed, and that E-Commerce leads to a new and open world of IT systems which cross the boundaries of organisations and are used by people and organisations outside the owners organisation.

#### COURSE CONTENT

This module will discuss E-Commerce (more generally: E-Business) as a challenging area of information management. The students will learn that the success of E-Commerce activities is based on the right combination of information technology and business engineering.

The scope of these lectures will cover technological issues like frameworks, information security and electronic payment. It will similarly cover the foundations of B2C- and B2B-business, the legal environment of E-Business and the social and economic implications of E-Commerce.

#### BIBLIOGRAPHY

Amiya K. Chakravarty: Supply Chain Transformation. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2014. ISBN 978-3-642-41911-9 (eBook)  
 Pang Chuan, Vasil Khachidze, Ivan K.W. Lai, Yide Liu, Sohail Siddiqui, Tim Wang (editors): Innovation in the High-Tech Economy. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2013. ISBN 978-3-642-41585-2 (eBook)

#### TEACHING STRATEGY

On successful completion of the module, students will be able to:

- Use and explain the relevant terms of that area
- Analyse and value issues with respect to E-Commerce
- Understand the dependencies between the technical, economic, legal and financial aspects of E-Commerce
- Understand and explain the main characteristics of different business models in the area of E-Commerce
- Have a sound understanding of security issues related with E-Commerce
- Understand the challenges of IT systems which cross the boundaries of organisations differentiated by the stages of development, maintenance, operation and information management
- Work on E-Commerce issues in a business environment

#### ASSESSMENT STRATEGY

Requirements that must be met to successfully complete the module:

- at least satisfactory scale for the final written examination work



#### AIMS

This course is designed to be an introduction to selling and sales management. The goal of the Sales Management course is to examine the elements of an effective sales force as a key component of the organization's total marketing effort.

#### COURSE CONTENT

Key topics include the role of personal selling in managing buyer-seller relationship, types of sales organization, and issues in recruitment, training, compensation, motivation and evaluation of sales performance. The retail management topics to be examined include the nature and importance of retailing and the various retail institutions emerged today, developing a retail strategy through strategic planning, shopping attitudes and behaviour, retail operations management and merchandise management.

#### BIBLIOGRAPHY

Spiro, Stanton & Rich, 2011, Management of Sales Force, 12th edition. Irwin/McGraw-Hill.  
 Johnston, M. W. and Marshall, G. W., Sales Force Management, 10th edition, McGraw-Hill/Irwin  
 Berman, B. and Evans, J. R., 2013, Retail Management: A Strategic Approach, 12th edition, Pearson Education.

#### TEACHING STRATEGY

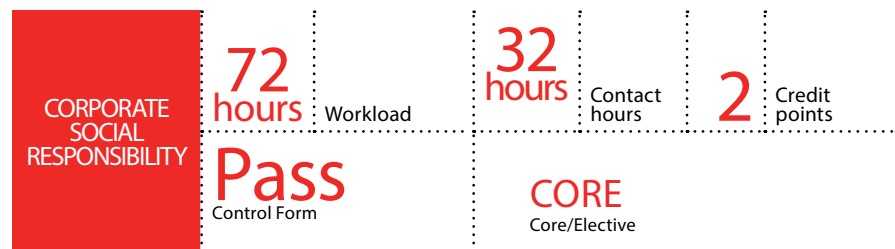
The main teaching method in this course is the discussion method and the main media employed are pre-assigned readings and relevant business news discussion. Selected readings from business and applicable academic magazines, newspapers, texts and other sources will be available and utilized in each class.

#### ASSESSMENT STRATEGY

To facilitate the consistent assessment of student performance, standardized formats that directly relate to the learning objectives of the course will be developed. The following assessment measures will be used:

- Individual written case analysis
- Individual readiness and class participation
- Final written examination work

## 3 курс — VI семестр



### AIMS

The course aims:

- To provide students with a concept of the Corporate Social Responsibility as an integral part of a company's sustainable development;
- To provide them with a knowledge of key activities of Russian and foreign companies in relation to the Corporate Social Responsibility;
- To provide them with a work algorithm for social and charity projects;
- To give examples of social programmes implemented by leading Russian companies;
- To provide students with a concept of the Corporate Social Reporting and give examples of various types of the Reporting issued by leading Russian companies; and
- To provide students with anti-crisis technologies relating to social responsibility issues.

### COURSE CONTENT

The course covers the following topics: Corporate Social Responsibility (CSR) as a risk management and business stability increase instrument, Social responsibility against the background of the world financial crisis.

### BIBLIOGRAPHY

Benn Suzanne and Bolton Dianne 2011. Key Concepts in Corporate Social Responsibility, Sage Publishers Ltd., London  
Werther William B., Chandler David 2010. Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment, 2nd ed., Sage Publishers, London

### TEACHING STRATEGY

In-class presentations, self-study, case study, work in mini-groups.

### ASSESSMENT STRATEGY

Students' academic performance is assessed basing on: active participation in class discussions, homework, participation in discussions and work in groups, final written exam work.



### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является достижение студентами понимания сущности отношений, складывающихся на финансовом рынке и возможностей, предоставляемых рынком для инвесторов и эмитентов ценных бумаг.

После изучения данного курса студенты должны быть способны:

- понимать роль и место финансового рынка в условиях современной рыночной экономики;
- разбираться в основных субъектах рынка, его инструментах и отношениях, складывающихся между его участниками;
- владеть основными методами анализа рыночной информации и принятия инвестиционных решений.

### СОДЕРЖАНИЕ

В данном курсе рассматриваются основы функционирования финансовой системы, типы финансовых рынков и посредников, разновидности финансовых инструментов, методы оценки активов и построения инвестиционной стратегии. Особое внимание уделяется практическим аспектам работы на российском финансовом рынке. Значительное место в курсе посвящено отработке навыков работы с финансовой информацией, в том числе по данным периодической прессы и интернет-источников.

Объектами изучения являются рынок ценных бумаг, рынок производных финансовых инструментов и валютный рынок. Предметами изучения являются отношения, которые складываются на финансовом рынке между эмитентами, финансовыми посредниками и инвесторами по поводу перераспределения финансовых ресурсов.

### ЛИТЕРАТУРА

Боди Зви, Мертон Роберт 2003. Финансы. Пер. с англ. – М.: Вильямс.  
Mishkin F. and Eakins S. 2008. Financial markets and institutions. – 6th ed., Prentice Hall

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы проведения занятий включают презентации по теме занятий, дискуссии, решение задач и разбор конкретных ситуаций.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается следующим образом: активное участие в работе на занятиях, контрольные работы, домашние задания, итоговая письменная экзаменационная работа.



<b>ФИНАНСОВЫЙ УЧЕТ (УЧЕТ И АНАЛИЗ)</b>	<b>108 часов</b>	Общая учебная нагрузка	<b>51 часа</b>	Аудиторная нагрузка	<b>3</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Задачами данного курса является ознакомление студентов с основами финансового анализа и аудита. Студенты должны получить представление о методах анализа финансовой отчетности и конкретных способах их реализации. Приобретение студентами знаний и навыков в области финансового учета, анализа и аудита позволит им принимать эффективные управленческие решения в будущей профессиональной деятельности.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из прикладных разделов, изучение которых необходимо для приобретения студентами знаний в области финансового учета, анализа и аудита.

#### ЛИТЕРАТУРА

Пятов М.Л., Соколова Н.А. 2011, Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие, М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 352 стр.  
Федоренко И.В.; Золотарева Г.И. 2012; Аудит: Учебник. – М.: Инфра-М; 272 стр.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Интерактивные лекции, дискуссии, работа в малых группах, консультации до и после выполнения студентами индивидуальных и групповых проектов, выполнение практических заданий.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

- Совокупная оценка за курс складывается из следующих позиций:
- Участие в занятии (без опоздания)
- Активная работа в классе (индивидуальная)
- Активная работа в классе (групповая)
- Тесты, контрольные работы, выполняемые в классе
- Групповой проект по анализу финансовой отчетности (групповая презентация и письменный отчет)
- Итоговая экзаменационная работа

<b>БРЕНДИНГ</b>	<b>72 часов</b>	Общая учебная нагрузка	<b>32 часа</b>	Аудиторная нагрузка	<b>2</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Задачами данного курса является ознакомление студентов с основами финансового анализа и аудита. Студенты должны получить представление о методах анализа финансовой отчетности и конкретных способах их реализации. Приобретение студентами знаний и навыков в области финансового учета, анализа и аудита позволит им принимать эффективные управленческие решения в будущей профессиональной деятельности.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из прикладных разделов, изучение которых необходимо для приобретения студентами знаний в области финансового учета, анализа и аудита.

#### ЛИТЕРАТУРА

Пятов М.Л., Соколова Н.А. 2011, Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие, М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 352 стр.  
Федоренко И.В., Золотарева Г.И. 2012, Аудит: Учебник. – М.: Инфра-М, 272 стр.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Интерактивные лекции, дискуссии, работа в малых группах, консультации до и после выполнения студентами индивидуальных и групповых проектов, выполнение практических заданий.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

- Совокупная оценка за курс складывается из следующих позиций:
- Участие в занятии (без опоздания)
- Активная работа в классе (индивидуальная)
- Активная работа в классе (групповая)
- Тесты, контрольные работы, выполняемые в классе
- Групповой проект по анализу финансовой отчетности (групповая презентация и письменный отчет)
- Итоговая экзаменационная работа





### ЦЕЛИ КУРСА

Учебный курс «Основы отраслевой экономики» формирует у студентов понимание основ работы ключевых отраслей российской экономики. При этом в рамках курса изучаются как технологические, так и экономические основы работы отраслей российской экономики.

### СОДЕРЖАНИЕ

В рамках разработанного учебного курса «Основы отраслевой экономики» изучаются следующие отрасли: Топливо-энергетический комплекс (от добычи топливно-энергетических полезных ископаемых до производства и распределения электроэнергии); Черная металлургия; Цветная металлургия; Нефтепереработка; Химическая промышленность; Деревообработка и целлюлозно-бумажная промышленность; Машиностроение; Легкая промышленность; Сельское хозяйство; Пищевая промышленность; Строительство и транспорт.

### ЛИТЕРАТУРА

- 1) Зарецкий А., Иванова Т. Промышленные технологии и инновации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014. – 480 с.
- 2) Агабеков В.Е. Нефть и газ: технологии и продукты переработки / В.Е. Агабеков, В.К. Косяков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 458 с.
- 3) Ф. Мэттьюз, Р. Ролингс Композитные материалы. Механика и технология. – Москва: Техносфера, 2004. – 408 с.

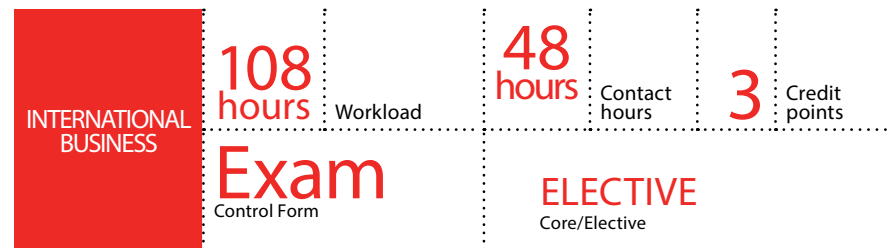
### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В рамках каждой темы для изучения технологических основ работы отраслей используются документальные фильмы, в которых в познавательной форме показана деятельность предприятий различных отраслей внутри по всей технологической цепочке производства той или иной продукции. На занятия к студентам также приглашаются менеджеры из ведущих российских компаний, которые могут на примере данного предприятия осветить современные тенденции и наиболее перспективные направления развития отрасли.

Для знакомства с сырьевой базой различных отраслей студентам также организуется экскурсия в Государственный геологический музей им. В.И. Вернадского.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Контроль качества освоения дисциплины осуществляется с помощью опроса в аудитории и оценки активности работы на занятиях; промежуточных тестов на



### AIMS

The course aims to provide an opportunity for students in the following areas::

- Build their understanding of the complexities, risks, and opportunities of international business through case analysis and a research project;
- Identify and evaluate critical factors that impact global business decisions;
- Develop and demonstrate necessary analytical skills to anticipate, appreciate, management processes to meet the demands of changing global business and economic conditions;
- Analyse various international case studies as a manager within the organisation and evaluate all the elements impacting the situation to determine the best course of action;
- Conduct market entry/ country research and analysis.

### COURSE DESCRIPTION

This course introduces the student to the dimensions of international business. It covers globalization and international trade theory, government influence on the international business, the International Monetary System, Foreign Exchange Market, the effects of cultural differences in global business, various forms of international business organizations and strategies. The role and impact of international development organizations such as the United Nations and its affiliates (the World Bank group, the IMF and the WTO) on trade patterns and international business transactions will be reviewed.

### BIBLIOGRAPHY

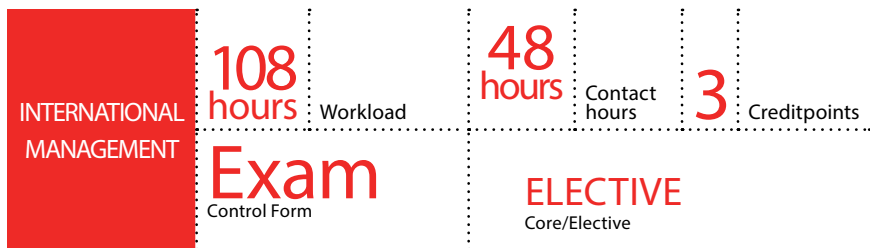
- John B. Cullen, K. Praveen Parboteeah, 2010, International Business, Strategy and the Multinational Company, Taylor & Francis  
 Marios I. Katsioloudes, Spyros Hadjidakis, 2007, International Business, a Global Perspective, Elsevier Inc.  
 Alan M. Rugman, Simon Collinson, Richard M. Hodgetts, 2006, International Business, Prentice Hall

### TEACHING STRATEGY

Interactive lecturing and in-class discussions, analysis of cases, self-study, working in small groups.

### ASSESSMENT STRATEGY

Students' academic performance is assessed basing on: active participation in class discussions, group case analysis, and individual written market entry/ country report, final written exam.



## AIMS

The main course objectives are:

- To focus the students' attention on the challenges and the key elements of making decisions in the international marketplace.
- To develop, extend and improve the students' ability to find optimal solutions in various situations pertaining to international management practice.
- To give the students the tools to assess the impact of the external political and technological environment, various cultural practices, human resource management principles and organizational behaviour parameters on the firms' decisions initiated and implemented in the international management context.

## COURSE CONTENT

This module is devoted to the problems of intercultural management, strategy formulation and implementation, organizational behaviour issues and human resource management practice among the companies operating in the international market. It addresses various approaches to gaining competitive advantage and solving cultural and organizational problems in the companies that run their operations in the international business environment. The basics of international management, international negotiation and cross-cultural management, organisational behaviour and personnel policy are discussed, with illustrations borrowed from the recent practice of large and mid-sized firms that actively maintain their international operations.

## BIBLIOGRAPHY

Luthans Fred and Doh Jonathan P. 2012. International Management: Culture, Strategy, and Behaviour - 8th ed. - McGraw-Hill.

## TEACHING STRATEGY

Interactive lecturing, self-study (students are expected to read the assigned readings and cases), individual assignments, group projects.

## ASSESSMENT STRATEGY

Students' academic performance is assessed basing on: active participation in class discussions, group work (case analysis and presentation), and final written exam.



## ЦЕЛИ КУРСА

Целью изучения данного курса является глубокое усвоение основных категорий предпринимательского права, конструкций и институтов, формирование знания и понимания основных тенденций развития правового регулирования имущественных и личных неимущественных отношений.

В результате изучения данного курса студенты будут обладать следующими знаниями, способностями, навыками:

- систематизированными правовыми знаниями;
- навыками применения научно-теоретического подхода к рассматриваемым правовым явлениям;
- знаниями действующей гражданско-правовой регламентации как составляющей части профессионального правосознания.

## СОДЕРЖАНИЕ

Объект изучения - предпринимательство как форма человеческой деятельности; предмет изучения - круг общественных отношений, регулируемых предпринимательским правом.

## ЛИТЕРАТУРА

Губин Е. П., Лахно П. Г. (ред.) 2008. Предпринимательское право РФ. Учебник для средних специальных учебных заведений. - М.: Норма.  
Пугинский Б. И. 2008. Коммерческое право России. - М.: Зерцало  
Пугинский Б. И., Неверов О. Г. 2006. Правовая работа. - М.: Зерцало.

## МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Метод анализа конкретных общественных отношений, исследования реальной практики, оценки исторической обстановки. Метод системного анализа, метод комплексного анализа, метод сравнительного правоведения, метод конкретных социологических исследований, исторический метод и др.

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс формируется на основе оценок за: активное участие в дискуссии и групповой работе, выполнение домашних заданий, контрольных работ, итоговой письменной экзаменационной работы.



#### AIMS

To introduce students into the Public Relations theory and practice, develop their basic understanding of Public Relations and its core aspects and identify a set of mandatory skills a PR practitioner or an adjacent position is supposed to master. Most students being Russian residents, the course is also aimed to give them view on specifics of international Public Relations, both corporate and product, versus Russian. Together with basic theoretical knowledge of the existing approaches to PR, the students are supposed to develop certain field creativity so that they could understand what PR activities generally follow which situation and be ready to describe the general flow of things when faced with typical problems examined throughout the course.

#### COURSE DESCRIPTION

In line with general notions of PR and its basic practical applications, the students are also deemed to realize the place of PR in the general system of corporate communications, its impact, value and general ways of assessment of the PR-activities/strategy.

In order to be capable of synergizing in-house and agency PR activities, the students need general knowledge of the role of both of them according to the commonly used models. This is only realized when the students are confident with the approaches PR practitioners and in-house communications' specialists use. This provided, one of the focuses of the course will encompass the gate-keeping and push-forward concepts, their interoperation and possible correlation.

Public Relations implies practice, and this provided, students will be faced with real problem solving tasks, presentations' making classes and home assignment, which basically is aimed at students' enriching their own PR-background and sharing their findings with the class. In order to be not purely theoretical, the students in the end are supposed to be on top with real case studies.

#### BIBLIOGRAPHY

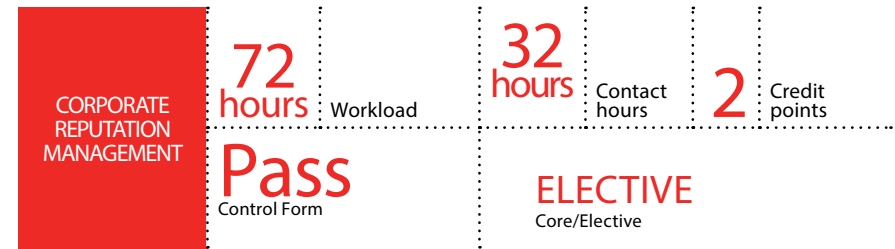
Wilcox Dennis 2006. Public Relations: Strategies and Tactics, Study Edition Pearson Education.

#### METHODS

Presentations, in-class discussions, individual and group-work, case analysis.

#### ASSESSMENT

Students' academic performance is assessed basing on: participation in class activities, public presentation (individual, group), mid-term test, final written test.



#### AIMS

- Develop a deep level of knowledge of the core concepts and contexts related to corporate reputation management from a Marketing and Corporate Communication perspective.
- To critically analyse corporate reputation in today's complex organisational environments.
- To focus on developing and evaluating the strategy surrounding corporate reputation management.

#### COURSE CONTENT

Reputation is one of the most important assets for any company, and, from any stand point, the most important intangible asset that needs to be managed systematically and consciously. This course introduces the basics on how to develop, maintain, manage and protect corporate reputation, using the latest research and current best practice, reviewing Russian and international reputation management cases.

Within the course framework we'll discuss in-depth such concepts as corporate identity, corporate image, positioning, brand, reputation risk, integrating marketing communications (IMC), crisis communications, corporate social responsibility and ethics.

#### BIBLIOGRAPHY

Core text: Asha Kaul, Avani Desai 2014, Corporate Reputation Decoded: Building, Managing and Strategising for Corporate Excellence, Thousand Oaks, London, Singapore, SAGE Publications.

#### TEACHING STRATEGY

The course is provided in an interactive format when students are at all times involved into discussions on the course content. Along the course there will be a number of cases to be solved by students and discussed in class. There will also be guest speakers' sessions with Q and A.

#### ASSESSMENT STRATEGY

It is a "pass/fail" marking system for this course where the barrier for "pass" is 60 points. The components of the final mark may include, but are not limited to, the following: active participation in class (answering questions, participating in debates, commenting in discussions, etc.), group projects and presentations, individual in-class written test, final written exam.



#### AIMS

#### COURSE CONTENT

The course provides an understanding of business ethics principles at the individual, corporate and international levels. The reason for the attention to the individual level is that the actions taken in the name of corporations will, in fact, be decisions made by individuals, acting either in groups or alone. The course provides the framework for a student to be able to resolve moral dilemmas in professional life. It aims to create understanding of Cognitive Moral Development and how it applies to business. The course includes consideration of the current business situations that demonstrate the consequences of failed adherence to Business Ethics.

#### BIBLIOGRAPHY

#### TEACHING STRATEGY

#### ASSESSMENT STRATEGY



#### ЦЕЛИ КУРСА

Курс «Основы интернет-маркетинга» ориентирован на приобретение и систематизацию базовых знаний в области интернет-маркетинга студентами для подготовки к принятию квалифицированных решений в маркетинговой области.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из следующих основных частей: базовые определения интернет-маркетинга, разработка интернет-сайта, реализация мероприятий по продвижению и рекламе интернет-сайта, анализ инструментов веб-аналитики, маркетинг в социальных сетях.

Объектом изучения является функция использования инструментов интернет-маркетинга для коммерческих компаний.

Курс включает в себя как концептуальные вопросы интернет-маркетинга, так и практические навыки работы в интернет.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Евдокимов Н.В., Лебединский И.В. 2012. Раскрутка веб-сита: практическое руководство – М: ООО «И.Д. Вильямс».
2. Назипов Р. 2016. Лидогенерация: клиентов много не бывает. – СПб.: Питер.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение тем курса «Основы интернет-маркетинга» базируется на выполнении индивидуальных и групповых заданий, с последующей презентацией в рамках аудиторной работы. В основе изучения курса «Основы интернет-маркетинга» заложены принципы сочетания теоретических и практических методов, которые представлены аудиторными занятиями с элементами дискуссии, экспресс-анализа бизнес-кейсов, мозгового штурма и презентациями выработанных управленческих решений.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

В ходе изучения курса «интернет-маркетинг» учитывается способность студентов использовать полученные теоретические и практические навыки, системно анализируя различные задачи интернет-присутствия и вырабатывая наиболее эффективные решения относительно управления интернет-сайтов.

## 4 курс — VII семестр

<b>МЕТОДОЛОГИЯ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ</b>	<b>72 часа</b> Общая учебная нагрузка	<b>17 часов</b> Аудиторная нагрузка	<b>2</b> Зачетные единицы
<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации	<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса состоит в формировании у студентов понимания требований, предъявляемых к выпускной квалификационной работе и методов работы над ней. После изучения курса студенты должны знать требования, предъявляемые к подготовке выпускной квалификационной работы в Высшей школе бизнеса МГУ имени М.В. Ломоносова, методы написания и правила оформления работы, порядок ее представления и защиты.

### СОДЕРЖАНИЕ

В рамках данного курса рассматриваются этапы и методы подготовки выпускной квалификационной работы. Курс состоит из объяснения общих правил и подходов к подготовке и защите выпускных квалификационных работ, объяснения и обсуждения методических рекомендаций по их написанию, изучения примеров написания выпускных работ. Объектом изучения является процесс подготовки и защиты выпускных квалификационных работ. Предмет изучения состоит в требованиях, предъявляемых к выпускным квалификационным работам в Высшей школе бизнеса МГУ имени М.В. Ломоносова.

### ЛИТЕРАТУРА

Положение о подготовке и защите выпускной квалификационной работы бакалавра (бакалаврской работы) Высшей школы бизнеса МГУ имени М.В. Ломоносова.

Сондерс Марк, Льюис Филип, Торнхилл Эйдриен 2006. Методы проведения экономических исследований. – М.: Эксмо

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы обучения включают в себя презентации по теме занятия, обсуждение отдельных вопросов в аудитории, анализ примеров выпускных квалификационных работ, разбор самостоятельных и домашних работ студентов.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговый зачет выставляется при условии получения зачетов по всем домашним и самостоятельным работам и написания итоговой письменной зачетной работы.

<b>ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>	<b>180 часов</b> Общая учебная нагрузка	<b>68 часов</b> Аудиторная нагрузка	<b>3</b> Зачетные единицы
<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации	<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является формирование у студентов понимания логики и особенностей практики финансового управления (публичными) акционерными компаниями.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс дает представление о методах постановки целей в управлении финансами, в выборе критериев оценки принимаемых решений, построении стимулирующих механизмов для менеджеров, особенностях финансового менеджмента в условиях неопределенности. В рамках курса объясняется значение метода дисконтированных денежных потоков в управлении финансовыми потоками. Дается представление об управлении стоимостью капитала и оценкой компании через инвестиционные решения. Отличительной особенностью курса является рассмотрение проблем корпоративных финансов в российских компаниях на современном этапе развития финансового рынка страны. Значительное внимание уделяется вопросу определения и анализа величины ставки дисконтирования при принятии долгосрочных решений. Рассматриваются не только классические модели Шарпа, Росса, Хамады, но и развитие вопросов определения требуемой доходности капитала в условиях развивающихся рынков. В курсе рассматривается специфика управления потоками в долгосрочном и краткосрочном периодах, основное внимание уделяется долгосрочному анализу.

### ЛИТЕРАТУРА

Хорн Ван 2005. Основы управления финансами. – М.: Финансы и статистика

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы обучения включают в себя объяснение материала, групповая работа по решению задач, компьютерный практикум, разбор кейсов.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается из следующих компонентов: активная работа в классе, промежуточные контрольные работы, выполнение домашних заданий, письменная экзаменационная работа.



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	108 часа	Общая учебная нагрузка	51 час	Ауди- торная нагрузка	3	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основной целью курса является формирование у студентов глубокого понимания, как можно и нужно использовать информационные технологии (ИТ) для управления организацией в быстроизменяющейся и конкурентной среде. После успешного изучения данного курса студент должен:

- понимать принципы использования ИТ в качестве двигателя для развития компании и получения ей конкурентных преимуществ;
- уметь использовать ИТ для принятия успешных решений в области ведения бизнеса;
- уметь использовать возможности ИТ для предоставления и защиты необходимой информации, автоматизации процессов компании и отдельных функциональных направлений её деятельности;
- уметь поставить задачу для внутренних подразделений ИТ и внешних подрядчиков, проконтролировать выполнение работ, своевременно принять управленческое решение по вопросам, связанным с ИТ.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения является использование ИТ в качестве важнейшего инструмента в современном стратегическом и оперативном управлении коммерческими и некоммерческими организациями. В рамках курса будет рассмотрена роль ИТ для компаний различного типа, методы современного управления ИТ, стандарты и методики, а также практические примеры применения различных технологий.

#### ЛИТЕРАТУРА

Computer Weekly Professional 2004. What Business Really Wants from IT: A Collaborative Guide for Business Directors and CIOs  
Селиховкин Иван 2010. Управление ИТ-проектом, Санкт-Петербург

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Для обучения используются интерактивные методы – дискуссии во время занятий, разбор конкретных ситуаций и задач, обсуждение домашних заданий, индивидуальных и групповых проектов.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Активное участие в занятии, контрольный тест, индивидуальные и групповые проекты, итоговая экзаменационная письменная работа.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	72 часа	Общая учебная нагрузка	36 часов	Ауди- торная нагрузка	2	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса — формирование соответствующих уровню бакалавра менеджмента компетенций в области управления проектами в современной организации. Целью дисциплины является формирование у учащихся целостного представления о состоянии, механизмах и основах методологии профессионального управления проектами, международных и национальных стандартах, об основных принципах их применения в деятельности современной организации, а также о подходах к реализации системы управления проектами на основе стандарта организации.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объект изучения – деятельность современной организации в области управления проектами и программами. Предмет изучения – принципы, концепции, стандарты и методы управления проектами программами в современной организации. Курс состоит из следующих разделов: Основы методологии современного управления проектами: сущность, модели, концепции, принципы, функции, стандарты; Процессы и функциональные области управления проектами; Корпоративное управление и руководство проектами, программами и портфелями проектов и программ; Управление инновационными проектами и программами.

#### ЛИТЕРАТУРА

Ципес Г.Л., Товб А.С. 2010. Проекты и управление проектами в современной компании. Учебное пособие/Под общ. ред. А.С. Товба, Г.Л. Ципеса. – М.: Олимп-Бизнес

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Активная работа студентов в группах, тест по закрытым вопросам по пройденному материалу, эссе на тему особенностей выполнения ВКР в проектной форме, защита результатов учебного проекта в форме групповой презентации, экзаменационная работа.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка за курс складывается из следующих компонентов: работа на занятиях в процессе анализа конкретных ситуаций, выступления с итогами работы команды, итоговый командный проект и письменная экзаменационная работа.

<b>БАНКИ И БАН- КОВСКИЙ БИЗНЕС</b>	<b>108</b> часов	Общая учебная нагрузка	<b>51</b> час	Ауди- торная нагрузка	<b>3</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Цель курса - формирование у будущих специалистов финансово-кредитного профиля современных фундаментальных знаний в области теории денег, кредита, банков, раскрытие исторических и дискуссионных теоретических, практических аспектов, их сущности, функций, законов, роли в современной рыночной экономике.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс изучает основополагающие вопросы теории денег, денежного обращения, кредитных отношений и развития банковского сектора. Предлагаемая структура курса была обусловлена действующими стандартами подготовки специалистов в области финансов и кредита, а также требованиями формирования у студентов комплексной системы знаний относительно основ и закономерностей развития денежного обращения, института кредитных отношений и банковской системы.

#### ЛИТЕРАТУРА

Белоглазова Г. Н., Кроливецкая Л. П. (ред.) 2005. Банковское дело.– СПб.: Питер.  
Белоглазова Г. Н. (ред.) 2006. Деньги, кредит, банки. Учебник. - М.: Юрайт-Издат.  
Тютюнник А.В., Турбанов А.В. 2005. Банковское дело.– М.: Изд-во: Финансы и статистика.  
Красавина Л.Н. (ред.) 2003. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. – М.: Финансы и статистика

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Презентации по теме занятия, обсуждение отдельных вопросов в аудитории, анализ кейсов, индивидуальная и групповая работа.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс складывается из следующих компонент: активная работа в классе, выполнение домашних заданий, участие в работе групп, итоговая письменная экзаменационная работа.

<b>УПРАВЛЕН- ЧЕСКИЙ УЧЕТ</b>	<b>108</b> часов	Общая учебная нагрузка	<b>51</b> час	Ауди- торная нагрузка	<b>3</b>	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Курс направлен на изучение основных понятий и аспектов управленческого учета, формирование практических знаний применения основных инструментов управленческого учета, изучение системы управленческой отчетности. В рамках курса студенты должны получить представление, как управленческую отчетность можно использовать для принятия решений в бизнесе.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из трех частей:

- Базовые понятия управленческого учета;
- Применяемые инструменты управленческого учета;
- Принятие решений на основе данных управленческого учета и управленческой отчетности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Воронова Е.Ю. Управленческий учет: учебник для академического бакалавриата / Е.Ю. Воронова – 3 изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016 – 428 с.
2. Управленческий учет: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Т. Чая, Н.И. Чупахина. – М.: Юрайт, 2016. – 332 с.
3. Аткинсон Э., Банкер Р., Каплан Р., Янг М. Управленческий учет, 3 изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 880 с.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения используются интерактивные лекции, дискуссии, работа в малых группах, решение задач и анализ кейсов, домашние задания, выполнение и защита групповых проектов.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Успешное освоение дисциплины возможно, если студент активно участвует в аудиторных занятиях, в дискуссиях, выполняет домашние задания, регулярно готовится к текущим занятиям, а также выполняет индивидуальные задания и групповые проекты.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	72 часов	Общая учебная нагрузка	36 часов	Аудиторная нагрузка	2	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

### ЦЕЛИ КУРСА

Цель изучения дисциплины – формирование соответствующих уровню бакалавра менеджмента компетенций в области организации и управления инновационными проектами в организации.

### СОДЕРЖАНИЕ

Основные разделы дисциплины:

1. Основные понятия инновационного менеджмента. Классификация инноваций. «Прорывные» технологические инновации и открытие новых рынков. Стимулы для создания инноваций. Оценка инновационных идей.
2. Экосистема инноваций и ее ключевые элементы: инвестиции, университеты, государство, менторы сервисы, крупные компании, инвестиции, события в обществе, предприниматель.
3. Инновационный процесс, его основные этапы и стадии. Концепция «Открытых инноваций».
4. Источники финансирования инновационной деятельности: венчурный капитал и принципы его функционирования. Мировой опыт венчурного предпринимательства.
5. Нормативно-правовые аспекты управления инновационной деятельностью. Управление интеллектуальной собственностью. Модели коммерциализации результатов научно-технической деятельности.
6. Метрики инноваций. Экономическая эффективность инновационных проектов и порядок ее оценки.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Кавасаки Гай 2012. Стартап. 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины. – М: Манн, Иванов и Фербер, 272 стр.
2. Остервальдер Александр, Пинье Ив 2013. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и инноватора. – М: Альпина Паблишер, 288 стр.

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Обучение проводится в следующих формах: интерактивные лекции, семинары, анализ практических ситуаций (кейсов) на примере российских проектов, практические занятия, текущий и промежуточный контроль знаний.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Совокупная оценка складывается из следующих компонентов: активная работа в классе, групповая презентация итогового задания, текущие контрольные задания, индивидуальное домашнее задание, итоговая зачетная работа.

FUNDAMENTALS OF ENTREPRENEURSHIP	72 hours	Workload	32 hours	Contact hours	2	Credit points
	<b>Pass</b> Control Form			<b>ELECTIVE</b> Core/Elective		

### AIMS

1. Foster understanding of key entrepreneurship and technology commercialization concepts;
2. Develop skills in generation of startup business model;
3. Foster understanding of risks and challenges related to a new venture creation;
4. Understanding of the personal characteristics of a successful entrepreneur;
5. Develop skills in building a balanced team;
6. Understanding leadership processes in business;
7. Foster understanding of market development, also on reaching out to international markets.

### COURSE CONTENT

This course presents an intensive introduction to key aspects of entrepreneurship. Following an overview of entrepreneurship and its importance in a modern, innovation-centered economy, the course proceeds to develop essential entrepreneurship skills in students, as well as to generate interest and compassion to the career of an entrepreneur. This course is designed for students interested (or considering) to pursue their careers in entrepreneurship, whether through starting their own company, or working for a startup company, either immediately or at a later point in their professional life.

### BIBLIOGRAPHY

1. Osterwalder Alexander and Pigneur Yves 2010. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley
2. Blank Steve and Dorf Bob 2012. The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company, K&S Ranch
3. Belbin Team Roles: Building Effective and Balanced teams for success, article obtainable from <http://www.educational-business-articles.com/belbin-team-roles.html>

### TEACHING STRATEGY

The course consists of interactive classes implying extensive ideas sharing between students and the instructor. Concepts are inter-mingled with practical applications whereby students are challenged to apply academic approaches to real-world entrepreneurial context. Students are asked to write a short essay (1500 words) in which they demonstrate their understanding of developing a strong and balanced team to succeed in starting their business.

### ASSESSMENT STRATEGY

Participation in class discussions, essay assignment, group presentation, written exam.



#### AIMS

Goal of the discipline's study – formation of competencies, adequate to bachelor management, enough to conduct work, related to venture capital management.

#### COURSE CONTENT

Studying object – processes of venture investment.

Subject of the study – concepts and methods of venture capital management.

Main sections of the discipline:

1. Main definitions of venture capital. History of venture capital. Development of venture activity in different countries. Characteristics of venture investments and its difference from other investment forms.
2. Innovation process and its key stages and phases. Specifics of innovation's processes management according to stage and phase (pre-investment stage, post-investment development of invested companies, exit of investors from invested companies).
3. Main approached to venture deal structuring, selection of law and role of corporate governance for the venture deal closing.
4. Venture fund set up and operations.

#### BIBLIOGRAPHY

1. The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change) Hardcover – November 19, 2013 by Clayton M. Christensen
2. Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist Hardcover – December 26, 2012 by Brad Feld (Author), Jason Mendelson (Author), Dick Costolo (Foreword)
3. Crossing the Chasm, 3rd Edition: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers (Collins Business Essentials) Paperback – January 28, 2014 by Geoffrey A. Moore
5. Lecture materials and presentations

#### TEACHING STRATEGY

Lectures, seminars, course chapters, practical study, analysis of real life situations and cases, on-going and intermediary knowledge control.

#### ASSESSMENT STRATEGY

Unsatisfactory grade or absence of grade at least at one component, as well as absence at 50% or more classes means unsatisfactory grade for the whole course.



#### ЦЕЛИ КУРСА

Целью изучения курса «Повышение эффективности HR бизнес-процессов современной организации» является овладение студентами компетенциями по построению HR бизнес-процессов, необходимых для эффективного управления человеческими ресурсами организации в современных и быстро изменяющихся условиях внешней среды

#### СОДЕРЖАНИЕ

Объектом изучения данного курса является система управления человеческими ресурсами современной организации, предмет изучения – способы повышения эффективности кадровых бизнес-процессов системы управления человеческими ресурсами современной организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Одегов Ю.Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2011
2. Учебное пособие «Автоматизация кадровых бизнес-процессов в ПС БОСС-Кадровик» (модули «Управление кадровыми процессами» и «Компенсационные пакеты») / под. ред. Зуниной Н.В. М., 2014г.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Для эффективного достижения указанных целей и поставленных задач обучения процесс изучения материала курса предполагает активную работу не только на лекциях и семинарах, но и с различными кейсами, а также освоение на практике ПС БОСС-Кадровик. В качестве основных элементов учебного процесса выступают проблемно-ориентированные лекции с объяснениями и иллюстрациями ключевых понятий и категорий современной теории управления человеческими ресурсами, анализ реальных ситуаций, а также практическое освоение функциональных возможностей модулей «Управление кадровыми процессами» и «Компенсационные пакеты» ПС БОСС-Кадровик.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Для оценки достижения образовательных результатов в данном курсе используются следующие формы контроля: активная работа в аудитории; выполнение домашних заданий; индивидуальных и групповых заданий, практических задач, презентаций; успешное прохождение дистанционных курсов; письменная итоговая зачетная работа.

УПРАВЛЕН- ЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИ- РОВАНИЕ	72 часа	Общая учебная нагрузка	27 часов	Ауди- торная нагрузка	2	Зачетные единицы
	<b>Экзамен</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Знакомство с целями, основными идеями и моделями консалтинга, изучение основных методов и инструментов управленческого консалтинга.

#### СОДЕРЖАНИЕ

Основные разделы:

- Определение консалтинга
- Консалтинг как профессия
- Ключевые компетенции консультанта
- Рынок консалтинга
- Бизнес-модель консалтинговой компании
- Выполнение практического консалтингового проекта для компании.

#### ЛИТЕРАТУРА

Ципес Г.Л., Товб А.С. 2010. Проекты и управление проектами в современной компании. Учебное пособие/Под общ. ред. А.С. Товба, Г.Л. Ципеса. – М.: Олимп-Бизнес

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения используются интерактивные лекции, дискуссии, работа в группах, выполнение и защита групповых проектов.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Активная работа в классе, работа над групповым проектом, письменная зачетная работа.

НАЛОГОО- БЛОЖЕНИЕ	72 часа	Общая учебная нагрузка	34 часа	Ауди- торная нагрузка	2	Зачетные единицы
	<b>Зачет</b> Форма промежуточной аттестации			<b>ПО ВЫБОРУ</b> Статус		

#### ЦЕЛИ КУРСА

Основная цель изучения курса «Налогообложение» – приобретение грамотности по вопросам, связанным с налоговыми отношениями, включая принципы налогообложения, основные процедуры, виды налогов, основные налоговые режимы и др. Кроме этого, целью изучения курса также является получение элементарных навыков работы с официальными формами налоговой отчетности..

#### СОДЕРЖАНИЕ

Курс «Налогообложение» состоит из следующих разделов:

- Налоговые отношения: права и обязанности участников.
- Налогообложение основных бизнес-процессов.
- Специальные налоговые режимы.

Объектом изучения в рамках курса «налогообложение» являются процессы и отношения, возникающие при исчислении и уплате налогов в Российской Федерации. Предмет изучения курса – условия и основные составляющие рационального поведения налогоплательщика.

#### ЛИТЕРАТУРА

Налоговый кодекс Российской Федерации (НК).  
Сердюков А., Вылкова Е., Тарасевич А. 2008. Налоги и налогообложение. 2-е издание. СПб.: Питер.

#### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Основными методами обучения являются: обсуждение тем курса в классе, самостоятельная работа, работа в мини-группах, разбор практических ситуаций.

#### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Оценка студента за курс складывается из следующих составляющих: домашние работы, контрольные промежуточные тесты, итоговая письменная зачетная работа.





**AIMS**

This course provides an understanding of the strategic role of global operations and logistics and introduces their general framework and the most contemporary issues.

**COURSE CONTENT**

International logistics as a discipline is based on the assumption that the whole world is a potential market where supply chain management is a source of competitive advantage. This course builds an understanding of import/export operations and regulations, transportation methods, material handling and packaging and use of modern technologies for logistics. It covers management of international logistics operations, including foreign sourcing and production, global transportation, global logistics facility network, import-export operations, security, intermediaries, international customs procedures and trade documentation.

**BIBLIOGRAPHY**

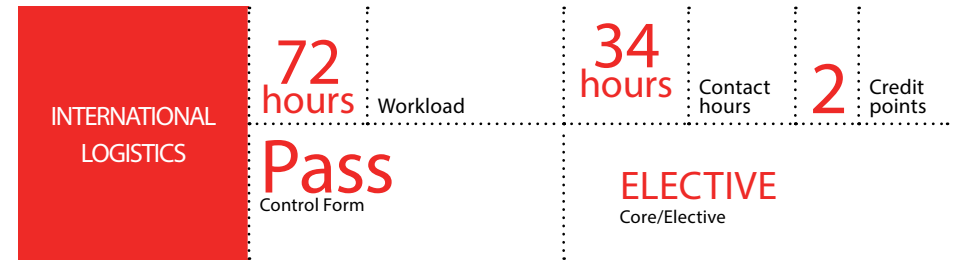
Christopher M. 2011, Logistics and Supply Chain Management, 4th edition, London, Prentice Hall; Edited by Waters D. 2010, Global Logistics, 6th edition, London, Kogan Page.

**TEACHING STRATEGY**

- Individual in-class discussion participation
- Team case presentation and analysis
- Mid-term test
- Final written test

**ASSESSMENT STRATEGY**

Successful completion of homework, active participation in class, mid-term test and final written test.



**AIMS**

The objective of the course is to provide a profound understanding of marketing research key concepts and methods along with their practical application to solve various business issues. It is supposed to build the relevant skills, needed for running marketing research and leveraging its results to make business decisions.

**COURSE CONTENT**

“Marketing Research” provides a deep understanding of marketing research as a business decision-making tool and covers the key concepts, processes and techniques, as well as their applications in real business situations. The course is broadly structured to follow the steps in the marketing research process. It includes the following key topics: the role of marketing research, research design and methods (including qualitative and quantitative methodologies and secondary data analysis), questionnaire design and data collection methods, basic principles of data analysis and reporting. A special attention is paid to practical application of research methods to address common business challenges.

**BIBLIOGRAPHY**

1. Malhotra N. 2008. Marketing Research: An Applied Orientation, 5-th edition, London, Prentice Hall/Pearson Education.
2. Hague P., Harrison M., Cupman J., Truman O. 2016. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight, 3-rd edition. Kogan Page.

**TEACHING STRATEGY**

- The course is delivered via:
- 1) Class meetings including interactive discussions with instructor and between the students, practical exercises, business cases analysis, role playing. Students will work in class both individually and in small groups.
  - 2) Individual and group homework assignments (including reading and analyzing recommended texts, searching for required information in open sources, data analysis etc.);
  - 3) Intermediate and final results check.

**ASSESSMENT STRATEGY**

The final student’s performance assessment is based on the following activities contributions: active participation in class, group assignments/projects (homework), individual assignments (homework), intermediate test, final exam.

# 4 курс — VIII семестр



## ЦЕЛИ КУРСА

- Сформировать представление о различных путях построения карьеры через навыки определения собственных склонностей и предпочтений;
- Сформировать понимание особенностей построения карьеры предпринимателя и менеджера;
- Ознакомить студентов со способами развития презентационных навыков и принципами устной самопрезентации;
- Сформировать у студентов представление о текущем состоянии рынка труда в ключевых отраслях экономики России с точки зрения трудоустройства, профессионального развития и построения карьеры;
- Ознакомить студентов с основными этапами отбора кандидатов на вакансию;
- Выработать у студентов навыки составления резюме, прохождения индивидуального собеседования в компании, комплексных тестов и упражнений в Центрах оценки.

## СОДЕРЖАНИЕ

Курс состоит из трех содержательных блоков. Первый блок посвящен вопросам определения собственных склонностей и предпочтений, самостоятельной профориентации и планирования карьеры. Второй блок посвящен развитию коммуникационных навыков. Третий блок включает вопросы поиска работы, составления резюме и прохождения собеседования.

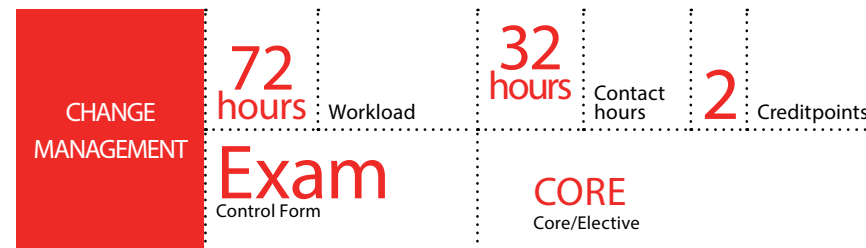
В результате изучения курса у студентов формируются стремление к личностному и профессиональному развитию, умение критически оценивать личные преимущества и недостатки, навыки делового общения.

## ЛИТЕРАТУРА

- Иванова С.В. 2013, Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. – М.: Альпина Паблишер
- Пиз А., Пиз Б. 2012. Харизма. Искусство успешного общения. - М.: Эксмо
- Чалдини Р. 2013. Психология влияния, 5-е изд. - СПб.: Питер

## МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы обучения включают в себя интерактивные занятия, анализ и обсуждение конкретных ситуаций (кейсов) в малых и больших группах, презентации гест-спикеров, презентации студенческих групп.



## AIMS

- to develop an understanding of the major theories, concepts and instruments underpinning approaches to change management;
- to enhance students' ability to design and implement change management programs and ultimately act as change agents within organisations;
- to enable students to apply an awareness of human responses to change within organisations;
- to develop an ability to integrate the tools of change management with other business and management concepts and frameworks.

## COURSE CONTENT

The course has been designed to provide students with a solid understanding of what change means and how it can be managed in organisations. It covers change management issues critically, analytically and reflexively. Special attention is given to emerging important processes such as social creativity and leading change.

## BIBLIOGRAPHY

Balogun, J. and Hope-Hailey, V. (2014), Exploring Strategic Change, Third Edition. London: Prentice-Hall.

## TEACHING STRATEGY

A blended learning strategy is applied with both face-to-face class learning, self-supported group work, and individual study. Class time will be used to introduce topics and generate debate around the practical application of the key change management frameworks, approaches and implementation issues. There will be a particular emphasis on participative learning via the use of case studies, group discussion and presentations. Class time will also be used to review and discuss the preparation of the interim assignments.

## ASSESSMENT STRATEGY

The students' performance will be assessed based on the three interim tasks and the final exam. The total maximum amount of points is 100.



### AIMS

Aims of the course are:

- to introduce the fundamental concepts in SCM
- to introduce basic models of supply chains
- to explain the basic methods to analyse and coordinate supply chains
- to provide insights about how to innovate supply chains
- to provide core business cases of successful SCM
- to familiarise students with contemporary issues in SCM

### COURSE CONTENT

This course provides the essential concepts and techniques of SCM (Supply Chain Management) based on theories and cases. Recent competitive environment has changed from competition between firms to competition between supply chains, which mean networks of firms interlinked via business transactions. Firms' performance as well as overall supply chain performance can be improved by coordination and cooperation between firms' operations and decisions. On the other hand, the problems occurred in any supply chain member can be propagated across the supply chains yielding serious disruption on other members. Thus, to manage the supply chain effectively and efficiently becomes essential concern in modern business, to ensure the survivability and competitiveness. In this course, students will learn the fundamental models and methods to integrate and coordinate supply chain operations and decisions, hence understand the implications and application opportunities of SCM in practice.

### BIBLIOGRAPHY

Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., Simchi-Levi, E. 2007, Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies, 3rd edition, McGraw-Hill

### TEACHING STRATEGY

Face-to-face class learning, group work, individual study, homework.

### ASSESSMENT STRATEGY

The course has the "pass/fail" marking system and the barrier for "pass" is 60 points. The components of the final mark may include, but are not limited to, the following: active participation in class (answering questions, participating in debates, commenting in discussions, etc.), home assignments, individual projects, essays, group projects and presentations, in-class tests, and final written test.



### ЦЕЛИ КУРСА

Целью курса является формирование у студентов системы теоретических знаний о принципах, подходах и методах оценки компаний и отдельных активов в любой сфере бизнеса, а также формирование навыков решения практических оценочных задач.

### СОДЕРЖАНИЕ

Курс построен на основе современных представлений о принципах, подходах, методах и процедурах оценки бизнеса в целях управления, направленного на максимизацию ценности компаний, в целях обоснования ценовых параметров всех видов сделок, а также в целях адекватного составления финансовой отчетности компаний. Эти представления соответствуют комплексу международных стандартов оценки IVSs 2013 и отражают текущий этап развития оценочной теории и практики.

### ЛИТЕРАТУРА

- 1) Дамодаран А. (2014) Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Пер. с англ. – 8-е изд., М.: Альпина Паблишер (основной учебник). Если более доступной окажется оригинальная книга А. Damodaran. Investment valuation, John Wiley & Sons, Inc, 2012, то можно использовать ее.
- 2) Касьяненко Т.Г., Маховикова Г.А. (2015) Оценка стоимости бизнеса. – М.: Юрайт

### МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

- Объяснение учебных материалов с переходами к интерактивному обсуждению
- Групповая и индивидуальная работа по решению задач в среде MS Excel
- Групповая работа по анализу кейсов
- Выполнение домашних работ по изучению учебных материалов, написанию эссе, решению задач и анализу кейсов

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Итоговая оценка за курс складывается из:

- активного участия в работе на занятиях;
- выполнение внеаудиторных заданий по решению задач и анализу групповых кейсов;