МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Современные технологии маркетинга и менеджмента

аннотация дисциплины (модуля)

Разработано **Международная бизнес-школа**

Учебный план b380302_26_1 мен.plx
Направление 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
(для всех образовательных программ направления)

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**5 (3.1)**		Итого	
Недель	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,3	48,3	48,3	48,3
Сам. работа	69	69	69	69
Часы на контроль	26,7	26,7	26,7	26,7
Итого	144	26,7	144	26,7

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель: Формирование у обучающихся комплексной системы теоретических знаний и практических навыков в области применения передовых цифровых инструментов, инновационных подходов и гибких методологий для эффективного управления бизнес-процессами и маркетинговой деятельностью компании в условиях современной цифровой экономики. Задачи дисциплины: • Изучение основ управления современной организацией, включая анализ деловой среды, корпоративной культуры, а также принципов и взаимодействия функций менеджмента. • Освоение традиционных (waterfall) и проведение сравнительного анализа современных гибких технологий управления. • Исследование глобальных трендов в маркетинге • Овладение инструментами клиентономики и применение систем CRM. • Анализ влияния концепций ESG и ЦУР на современную маркетинговую деятельность. • Изучение современных маркетинговых технологий (МарТех).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.1
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Б1.О.1.05. Менеджмент
2.1.2	Б1.О.1.06. Маркетинг
2.1.3	Б1.О.2.08. Инновационное предпринимательство
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Б1.В.1.09. Бизнес-планирование
2.2.2	Б1.В.2.ДВ.01.01. Международный маркетинг
2.2.3	Б1.В.2.01. Маркетинговые коммуникации
2.2.4	Б1.В.1.06. Корпоративная социальная ответственность
2.2.5	Б1.В.2.03. Диджитал-маркетинг
2.2.6	Б1.В.2.ДВ.02.02. Управление имиджем компании
2.2.7	Б1.В.2.ДВ.02.01. Управление брендом
2.2.8	Б1.В.2.02. Исследования и анализ в маркетинге
2.2.9	Б1.В.1.10. Стратегический менеджмент
2.2.10	Б1.В.2.ДВ.04.01. Управление продажами и дистрибуцией
2.2.11	Б1.В.1.11. Инновационный менеджмент
2.2.12	Б1.В.2.ДВ.03.01. Продакт-менеджмент и ценообразование
2.2.13	Б1.В.1.12. Управление организационным развитием

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: Способен применять современные технологии и методы общего и функционального менеджмента для решения организационно-управленческих задач	
Знать:	
Уровень 1	-современные технологии и методы общего и функционального менеджмента (управления персоналом, качеством, финансами, маркетингом); -основы аналитического и креативного мышления как средства решения
Уметь:	
Уровень 1	-использовать принципы и инструментарий аналитического и креативного мышления для построения эффективных технологий функционального менеджмента организации
Владеть:	
Уровень 1	-методами и инструментами функционального менеджмента для решения организационно-управленческих задач в сфере управления персоналом, качеством, финансами, маркетинговой деятельностью организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
принципы, функции, методы и модели управления, требования и алгоритм процесса разработки организационно-управленческих решений; факторы деловой среды деятельности фирмы; актуальные тренды, цифровые инструменты и технологии в маркетинговой и управленческой деятельности; современные гибкие методологии проектного и процессного управления (Agile, Scrum, Kanban, Lean-менеджмент); специфику поведения потребителей в цифровой среде и принципы построения клиентоцентричного бизнеса; ключевые методы и метрики оценки экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых кампаний и управленческих решений.	
3.2	**Уметь:**

анализировать и интерпретировать информацию и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; анализировать и принимать решения по использованию современных гибких технологий управления; разрабатывать комплексные маркетинговые и управленческие стратегии с учетом процессов цифровой трансформации; проводить сбор, обработку и анализ массивов рыночной и внутрифирменной информации для принятия обоснованных решений; проектировать и оптимизировать бизнес-процессы компании, адаптируя их к быстро меняющимся условиям внешней среды;	
3.3	**Владеть:**
навыками разработки и методами принятия управленческих решений в различных сферах профессиональной экономической деятельности, а также методами анализа факторов, влияющих на деятельность организации и современными гибкими технологиями управления; современным инструментарием цифрового маркетинга и корпоративного управления; методами аудита, оценки и контроля результативности внедрения инновационных управленческих и маркетинговых решений; навыками организации командной работы, распределения ролей и лидерства при реализации кросс-функциональных digital-проектов; профессиональной терминологией в области высокотехнологичного менеджмента и цифрового маркетинга.	