

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинг в социальных медиа»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинг в социальных медиа».....	5
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	5
Целью освоения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» является формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.	5
2. Место дисциплины в структуре ООП	6
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
4.1 Содержание основных разделов и тем курса	8
Преимущества маркетинга в социальных медиа. Особенности аудитории социальных сетей: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Живой журнал. Поддержка через SMM Брендовые и тематические сообщества в социальных медиа.....	8
Статистика популярности соцмедиа. SMM как часть трансмедийной кампании. Стратегии SMM в отдельных соцмедиа	8
4.2 Тематика практических занятий.....	8
4.3 Тематика самостоятельных работ	9
4.4. Примерный перечень тем курсовых работ	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	14
6.3.1 Тестовые задания	14
6.3.2. Индивидуальные задания	16

6.3.3 Темы рефератов и презентаций	17
6.3.4. Решение ситуационных задач	21
Проверяемая компетенция	21
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	22
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	24
7.1 Основная учебная литература	24
1. Л. А. Данченко . Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для бакалавров и специалистов вузов/ под общ. ред. Л. А. Данченко.-М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013.- 288бс.	24
7.2 Дополнительная учебная литература.....	25
1. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для вузов/ Фрэнк Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 523 с.	25
2. ..Миллер А. Реклама: энциклопедия для всех/ Миллер,А- М.: Вершина, 2003.- 252 с.	25
3. ..Н. В. Аниськина. Наружная реклама: [учеб. пособие]/ [сост.: Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина]-Москва: Форум Москва: ИНФРА-М, 2014.- 207 с.....	25
4. ..М. В. Ягодкина. Реклама в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие для бакалавров и специалистов/ М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]-Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2014.- 302 с.	25
7.3. Нормативные документы	25
7.4. Для самостоятельной работы.....	25
8.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
2. Официальный сайт журнала «Рекламные технологии» - http://www.rectech.ru/journal/anons.html ;	26
3. Официальный сайт журнала «Рекламные идеи» - http://www.advi.ru/ ;.....	26
4. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/ 26	
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	26
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	32
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	32
Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.	36

Наименование дисциплины (модуля)**«Маркетинг в социальных медиа»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»**

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» является формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - логику разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации в социальных медиа; - законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; - основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок);	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь : - анализировать и грамотно интерпретировать информацию из социальной медиа-среды; - разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ; - создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях; анализировать информационные потребности посетителей сайта. - интегрировать социальные медиа в маркетинговую информационную систему компании;		
Владеть: - культурой межличностного общения; - основными методами переработки данных; - способами ориентации в профессиональных источниках информации; - способностью оценивать информацию из иностранных источников и ее значимость; способностью интерпретировать и		

критически резюмировать полученную информацию из иностранных источников, применять её в новых условиях; - навыками в области формирования и корректирования юзабилити веб аналитики на основе отзывов и комментариев клиентов в социальных медиа.		
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина **«Маркетинг в социальных медиа»** представляет собой дисциплину по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.04.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Методы и модели прогнозирования Статистика Маркетинг Международный маркетинг Управленческий учет в маркетинге	Маркетинг в социальных медиа	Оценка деятельности персонала

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	60, 25
Часов аудиторных занятий, всего	
Самостоятельная работа	155,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	45	4	15	6	15	5		
Тема 2. Тренды маркетинга в соцмедиа	57	6	20	6	20	5		
Тема 3. Инструментарий SMM.	58	2	15	6	30	5		
Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа	55	4	15	6	25	5		
Итого	216	16	65	24	90	20	0,25	0,75
Контактная работа	60,25	16		24		20	0,25	
Самостоятельная работа								0,75
Промежуточная аттестация	зачет с оценкой							

4.1 Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Преимущества маркетинга в социальных медиа. Особенности аудитории социальных сетей: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Живой журнал. Поддержка через SMM Брендовые и тематические сообщества в социальных медиа.
2	Тренды маркетинга в соцмедиа	Статистика популярности соцмедиа. SMM как часть трансмедийной кампании. Стратегии SMM в отдельных соцмедиа
3	Инструментарий SMM.	Интеракции при работе с контентом. Развитие продвижения через блогосферу. Микроблогинг. Классификация блогов. Цикл развития блогов. корпоративный блог. Особенности таргетированной рекламы. Возможности ретаргетинга. Сайты, контент, рекламные объявления, блоги ,аккаунты, сообщества. Партнерские программы, сайты агрегаторы, партнерские сети. Баннерные и тизерные рекламы. Выбор стратегии размещения в зависимости от цели рекламы. Инструменты маркетинга для B2B и B2C
4	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Роль, специфика и содержание маркетинговых исследований в социальных медиа

4.2 Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Понятие медиа. Классификации теорий. Модели медиакommunikаций
2.	Тренды маркетинга в соцмедиа	Общая характеристика ВКонтакте как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в ВК Основной набор инструментов для SMM-кампании в ВК. Общая характеристика FB и instagram как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в FB и instagram Основной набор инструментов для SMM-кампании в FB и instagram. Общая характеристика Одноклассников как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в ОК

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Основной набор инструментов для SMM-кампании в ОК.
3.	Инструментарий SMM.	Основные показатели конверсии и методики их учета и оптимизации. Лидогенерация как ключевой маркетинговый показатель в соцмедиа.
4.	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Методы сбора информации: наблюдение, контент-анализ, анализ следов, тайный покупатель, ретейлаудит, эксперимент, опрос.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Место и значение SMM в структуре коммуникационных кампаний.
2.	Тренды маркетинга в соцмедиа	Историческое развитие представлений о медиа. Место и значение SMM в структуре коммуникационных кампаний. Особенности адаптации ключевых посланий коммуникационных кампаний под SMM. Роль и значение SMM в трансмедийных кампаниях.
3.	Инструментарий SMM.	Системы мониторинга и аналитики. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
4.	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Технические и организационные возможности сбора и анализа статистики в социальных сетях.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Применение SMM в B2C.
2. Применение SMM в B2B.
3. Омниканальность и соцсети во взаимодействии с потребителем.
4. Соцсеть в продвижении торговой организации.
5. Анализ конкурентов торговой организации в соцсети.
6. Конкурсы, как инструменты продвижения в соцсетях.
7. Контент, как инструмент продвижения в соцсети.
12. Продвижение бизнеса во ВКонтакте.
13. Продвижение брендов в соцсети Одноклассники.

14. Использование сервисов сбора статистики, анализа эффективности продвижения в соцсетях.
15. Применение чат-ботов в соцсетях.
16. SEO-оптимизация сайта торговой организации во взаимодействии с социальными сетями.
17. Создание сообщества в соцсети.
18. Таргетированная реклама в соцсети.
19. Привлечение блогеров в соцсети.
20. Интернет-маркетинг для B2B.
21. Интернет-маркетинг для B2C.
22. Видеомаркетинг в социальной сети.
23. Вирусный маркетинг в социальной сети.
24. Управление контентом в социальной сети.
25. Формирование и позиционирование сообщества в соцсети.
26. Маркетинговые аспекты продвижения бренда в соцсети.
27. Маркетинговые аспекты продвижения проекта в соцсети.
28. Технологии проведения маркетинговых исследований в соцсети.
29. Программа интернет-маркетинга.
30. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в социальной сети

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы)

предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.		индивидуальные задания, реферат, ситуационная задача		устно устно письменно
Тренды маркетинга в соцмедиа		индивидуальные задания, реферат		устно устно
Инструментарий SMM.		Тестирование, индивидуальное задание, реферат		письменно устно устно
Маркетинговые исследования социальных медиа	в	Тестирование индивидуальные задания, ситуационная задача реферат		письменно, письменно устно
			Зачет с оценкой	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-10	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Способен использовать в профессиональной деятельности	Знает: основные понятия SMM; основные инструменты SMM; основные инструменты увеличения активности аудитории в сфере SMM;	1-2

современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Умеет: планировать, реализовывать и управлять SMM-кампаниями; Владеет: методами и технологиями проведения SMM-кампаний; современными методами оценки SMM-активности; методами оптимизации SMM-проектов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	
2 Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	Знает: понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к SMM; основные методики оценки SMM-кампаний; элементы и инструменты веб-аналитики в сфере SMM. Умеет: планировать SMM-решения в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; формировать эффективный SMM-инструментарий для интегрированных кампаний; давать оценку и разрабатывать предложения по коррекции реализации SMM-проектов. Владеет: тактическими приемами SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; навыками реализации рекламных и медиапроектов в социальных сетях; опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях.	3-4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методических основ рекламы в социальных медиа. Способность планировать SMM-решения в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях	Знание основополагающих понятий и категории рекламы в социальных медиа. Умение ориентироваться в основных социально - значимых проблемах.	Способность Развивать и обобщать результаты управления медиаконтентом как инструментом маркетинга, интегрировать социальные медиа в маркетинговую информационную систему компании на основе достижений отечественных и зарубежных исследователей	Уверенное владение методиками сбора и анализа информации необходимой для проведения маркетинговых исследований, с последующей интерпретацией полученных результатов. Способность использовать их при принятии решений в области продвижения в социальных медиа.	Решение ситуационных задач, выполнение тестовых и индивидуальных заданий, реферат. Зачет с оценкой.

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин,

поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	--	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тема 3 Инструментарий SMM

1. На каком уровне аккаунта можно задавать цели рекламы на Facebook:
 - а) только на уровне рекламной кампании в рамках одного аккаунта +

- б) только на уровне рекламной кампании
- в) на уровне рекламной кампании и в группах объявлений в рамках одного рекламного аккаунта

2. Blueprint Live это:

- а) образовательная онлайн-система для изучения основных рекомендаций для рекламы на Facebook и в Instagram
- б) онлайн консультация службы поддержки по рекламе на Facebook и Instagram
- в) программа очного изучения принципов рекламы на Facebook и в Instagram для дальнейшего применения в маркетинговых планах +

3. Что такое детальный таргетинг:

- а) вариант таргетинга, доступный в разделе «Аудитория» инструмента создания группы объявлений. Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама.
- б) таргетинг по интересам пользователей и их предпочтениям в разделе «Уточненный таргетинг», который позволяет максимально гибко настроить аудиторию по демографическим данным
- в) вариант таргетинга, доступный в разделе «Таргетинг». Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама. Можно использовать дополнительные демографические данные, сведения об интересах и моделях поведения людей

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

1. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

- а) кабинетное исследование
- б) панельное исследование в. полевое исследование

1. К методам сбора информации при полевых исследованиях рынка относятся...

- а) наблюдение;
- б) анализ информационно-справочной и нормативной литературы;
- в) контент-анализ;
- г) анализ тенденций развития рынка по официальным печатным источникам.

3. Отличительной чертой наблюдения является:

- а) пассивная регистрация событий;
- б) активное участие наблюдателя в изучаемом процессе;
- в) сбор непосредственной информации из вторичных источников.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2. Индивидуальные задания

Целью индивидуальных заданий является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; выполнение индивидуальных заданий позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги

Задание1. Разработать план и стратегию продвижения конкретного товара с определенными свойствами в социальных медиа: выбрать целевую аудиторию, тип социальных медиа, сроки продвижения, охват аудитории, программу продвижения товара.

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

Задание 1. Вы менеджер маркетингу фирмы, занимающейся производством кондитерской продукции. Вместе с коллегами Вы хотите найти новый подход к рекламированию своей продукции: сделать акцент не на характеристиках продукта, а на эмоциях клиента, для этого использовали метод завершения предложений. Составьте и проведите тест на завершение предложений, чтобы определить отношение потребителей к покупному и домашнему торту. Проанализируйте полученную информацию и на основе полученного результата разработайте основную идею для 30 секундного видео ролика.

Задание 2. Разработайте и проведите тест на словесные ассоциации с целью определения отношения студентов к питанию вне дома.
Какие предварительные выводы можно сделать?

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения проверки индивидуальных заданий используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором

ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка;

контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Темы рефератов

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги

- a) Социальный медиа маркетинг
- b) Современная реклама: особенности и виды
- c) История развития социальных медиа: плюсы для маркетинговых решений
- d) Особенности рекламы в Интернете: преимущества

Тема 2. Тренды маркетинга в соцмедиа

- a) Место персонального брендинга в социальных медиа
- b) Нестандартные приемы продвижения в социальном медиа маркетинге
- c) Сравнительные характеристики традиционного и цифрового маркетинга
- d) Области применения социального медиа маркетинга
- e) Разработка стратегии маркетинга в соцмедиа

Тема 3. Инструментарий SMM

- a) Особенности продвижения в ВК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
- b) Особенности продвижения в fb (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
- c) Особенности продвижения в ОК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)

d) Особенности продвижения в twitter (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

- a) Системы веб-аналитики и мониторинга соцмедиа
- b) Особенности поведения потребителей в соцмедиа
- c) Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
- d) Особенности медиаизмерений в цифровой среде

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично	Ответы на вопросы полные с приведением	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
		полные	примеров и/или пояснений	
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;

Критерии	Показатели
	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение ситуационных задач

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Пример ситуационной задачи

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.

Задание 1. В рекламное агентство поступил заказ от магазина молодежной моды, выходящего на региональный рынок на разработку рекламной кампании.

Объект исследования: магазин молодежной одежды.

Предмет: продвижение магазина молодежной одежды в социальных медиа.

В рамках проводимого исследования для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиа-маркетинга,
- исследование организации, ее позиции на рынке города среди конкурентов,
- исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения магазина молодежной одежды
- описание способов продвижения в социальных медиа магазина молодежной одежды.

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

Задание 1. Вы - менеджер маркетингового агентства получили заказ на проведение опроса с целью уточнения имиджа марки «Х». Полученная информация должна явиться основой для разработки РК в стиле латерального маркетинга. Для получения информации было решено использовать фокус-групповое исследование. Сформулируйте вопросы, с помощью которых Вы сможете выяснить ситуации первого знакомства с маркой, уместность использования данной марки по сравнению с конкурентами, направленные ассоциации (с маркой автомобиля, музыкальной группой, аксессуаром, фильмом, цветом, киноактером и т.д.). Для определения экстремальности, следует попросить респондентов дать характеристику марки одним словом.

Задание 2. Вы - менеджер маркетингового агентства получили заказ на проведение опроса, целью которого является тестирование названий кондитерской (торты) и готовой рыбной (колбаса) продукции. Целевая аудитория, определенная заказчиком это:

- для кондитерской продукции (работающие замужние женщины 25-40 лет, имеющие детей, проживающие в городе, ценящие домашний уют и семейные традиции, ведущие активный образ жизни);
- для готовой рыбной продукции (молодые люди 17-25 лет, учащиеся, проживающие отдельно от родителей, с доходом (от ___ до ___), ориентирующиеся на продукты, не

требующие дополнительной обработки; мужчины и женщины 55 лет и старше, с доходом (от ___ до ___), ориентирующиеся на недорогие, но полезные продукты).

Разработайте

Разработайте:

- техническое задание для фокус-группового исследования;
- анкету для рекрутирования;
- топик-гайд;
- анкету для экспресс –тестинга;
- бланк для регистрации ассоциаций, вызванных названиями.

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения ситуационной задачи

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на поставленный вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационной задачи, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационной задачи, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решена ситуационная задача; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационной задачи.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития

творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Вопросы к зачету с оценкой

1. SMM: определение, основные понятия
2. История возникновения SMM
3. Обзор социальных интернет-платформ
4. Стратегии продвижения через социальные сети
5. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
6. Цели и тактики SMM
7. Особенности организации SMM-кампаний в ВК

8. Особенности организации SMM-кампаний в FB и Insta
9. Особенности организации SMM-кампаний в ОК
10. Организация SMM-кампаний в видеосоцсетях.
11. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
12. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
13. Системы мониторинга и аналитики SMM.
14. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
15. Особенности поведения потребителей в соцмедиа
16. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
17. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
18. Работа с негативом в соцмедиа
19. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа
20. SMM как часть трансмедийной кампании

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение тестовых, индивидуальных заданий, рефератов, решение ситуационных задач, а также посещаемость занятий, активность при выполнении заданий, результаты выполнения практических заданий.

Реферат оценивается по пятибалльной системе (подробнее указано в п. 6.3.3). Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы. Более подробно критерии оценки реферата студента представлены в п. 6.3.3 настоящей РПД.

Критерии оценки выполнения тестовых, индивидуальных заданий и решение ситуационных задач представлены в п. 6.3.1, 6.3.2 и 6.3.4 соответственно.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1 Основная учебная литература

1. Л. А. Данченко . Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для бакалавров и специалистов вузов/ под общ. ред. Л. А. Данченко.-М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013.- 288бс.
2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов /

В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с.

7.2 Дополнительная учебная литература

1. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для вузов/ Фрэнк Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 523 с.
2. Миллер А. **Реклама**: энциклопедия для всех/ Миллер, А. М.: Вершина, 2003.- 252 с.
3. Н. В. Аниськина. Наружная **реклама**: [учеб. пособие]/ [сост.: Н. В. Аниськина, Т. Б. Кольшшина]-Москва: Форум Москва: ИНФРА-М, 2014.- 207 с.
4. М. В. Ягодкина. **Реклама** в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие для бакалавров и специалистов/ М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]-Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2014.- 302 с.

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями и дополнениями) «О средствах массовой информации».
3. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (с изменениями и дополнениями) «О государственной тайне».
4. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
7. Федеральный закон от 27.11.2010 N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

7.4. Для самостоятельной работы

1. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=342116>
2. Чамкин А.С. Социология коммуникации: Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 295 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=344978>
3. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности: Учебник / А.Б. Оришев. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 235 с.
4. Давыдкина И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления : монография / И.Б. Давыдкина. - М.:ИНФРА-М, 2018. - 126 с.

8.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

2. Официальный сайт журнала «Рекламные технологии» - <http://www.rectech.ru/journal/anons.html>;
3. Официальный сайт журнала «Рекламные идеи» - <http://www.advi.ru/>;
4. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат — письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление

2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

— обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

— основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

— рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

— общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...»

III «Заключение. Выводы». В заключение реферата студент должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

— хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;

- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;

— ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.

— постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

— начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;

— огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;

— не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);

— поблагодарите слушателей за внимание

— старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад — публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

— выбор конкретной темы;

— цели, преследуемые вами в работе;

— критерии успешности конечного результата;

— структура и формат изложения;

— характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

—сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;

—написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно: какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

— определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);

— решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;

— решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:

— составьте список того, что вам предстоит сделать;

— расположите дела в порядке очередности их выполнения;

—составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

а) прочтите весь доклад;

б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;

д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

— составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

— не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

— свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия;
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков — не менее 24.
- Для информации — не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

— Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

— Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

— С текстом;

— С таблицами;

— С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

— Название исследования.

— Содержание.

— Цель самостоятельной работы.

— Ход и результат исследования.

— Выводы.

— Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА

Методические указания
к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Маркетинг в социальных медиа»

Калининград

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цель курсовой работы - систематизировать, закрепить и расширить теоретические и практические знания студентов по маркетингу в социальных медиа, а также способствует развитию у студентов навыков к исследованиям в области продвижения брендов и бизнеса в социальных сетях, умений систематизировать, излагать результаты по изучаемым направлениям деятельности предприятий в условиях современного рынка.

Задачами курсовой работы являются:

1. содействие более глубокому усвоению студентами дисциплины;
2. углубление, расширение и систематизация теоретических и практических знаний студента по направлению подготовки;
3. развитие навыков использования литературных источников, инструментов, методов продвижения в социальных сетях, компьютерной техники;
4. овладение методикой исследования при решении конкретных коммерческих задач, разрабатываемых в курсовой работе;
5. овладение умением делать самостоятельно экономическое обоснование, выводы и предложения.

2. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является завершающим этапом изучения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» и выполняется на базе конкретного объекта.

Курсовая работа должна содержать теоретический раздел, при выполнении которого студент рассматривает основные понятия и методы в рамках выбранной темы, осуществляет обзор методик и описывает используемую методику.

Исследовательская (аналитическая) часть курсовой работы может быть построена на основе анализа аналогичного отечественного или зарубежного опыта работы, выдвижения гипотез развития событий, прогнозирования ожидаемых результатов, анализа текущего состояния, формулировки проблем.

Проектный раздел работы должен содержать описание мероприятий, структурные изменения, которые они повлекут за собой.

Курсовая работа по управлению качеством должна включать:

- ~ выбор объекта исследования;
- ~ разработку выбранной темы и структурирование материала по ней;
- ~ анализ функционирования исследуемого объекта;
- ~ выявление проблем и критических областей в функционировании объекта;
- ~ поиск резервов улучшения ситуации;
- ~ предложение проектных решений;
- ~ предложения направлений развития исследуемого объекта с учетом проведенного анализ.

Требования к выполнению курсовой работы

1. Использование информационной базы: статистический материал по экономическим процессам, нормативно-правовые документы, данные мониторинга процессов, данные внутреннего и внешнего аудитов и т. п.

2. Применение приемлемых в рамках выбранной темы методов для анализа функционирования объекта.

3. Применение современного программного обеспечения для проведения расчетов, принятия и обоснования решений, графической иллюстрации материала проведенного анализ.

4. Оформление курсовой работы в соответствии с требованиями и правилами, предъявляемыми к курсовым проектам (работам).

Процесс подготовки и защиты курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов.

1. Выбор темы и объекта исследования.
2. Постановка цели и задач исследования.
3. Подбор и изучение источников информации в соответствии с выбранной темой (учебники; монографии; журналы; интернет-сайты; документы, содержащие данные статистического, оперативного, управленческого учета и отчетности; нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность объектов исследования и др.).

4. Разработка структуры курсовой работы.
5. Согласование структуры курсовой работы с научным руководителем.
6. Изучение теоретических аспектов в рамках выбранной темы исследования.
7. Проведение анализа функционирования исследуемого объекта.
8. Разработка проектных решений по улучшению функционирования объекта исследования.

9. Подготовка к защите курсовой работы.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ:

За время изучения дисциплины студент выбирает интересующую его тему для исследования в рамках рекомендаций руководителя курсовой работы.

Допускается возможность самостоятельной формулировки темы курсовой работы с учетом интересов студента и в пределах научной и практической проблематики изучаемой дисциплины. При этом тема должна быть предварительно согласована с научным руководителем.

1. Применение SMM в B2C.
2. Применение SMM в B2B.
3. Омниканальность и соцсети во взаимодействии с потребителем.
4. Соцсеть в продвижении торговой организации.
5. Анализ конкурентов торговой организации в соцсети.
6. Конкурсы, как инструменты продвижения в соцсетях.
7. Контент, как инструмент продвижения в соцсети.
12. Продвижение бизнеса во ВКонтакте.
13. Продвижение брендов в соцсети Одноклассники.
14. Использование сервисов сбора статистики, анализа эффективности продвижения в соцсетях.
15. Применение чат-ботов в соцсетях.
16. SEO-оптимизация сайта торговой организации во взаимодействии с социальными сетями.
17. Создание сообщества в соцсети.
18. Таргетированная реклама в соцсети.
19. Привлечение блогеров в соцсети.
20. Интернет-маркетинг для B2B.
21. Интернет-маркетинг для B2C.
22. Видеомаркетинг в социальной сети.
23. Вирусный маркетинг в социальной сети.

24. Управление контентом в социальной сети.
25. Формирование и позиционирование сообщества в соцсети.
26. Маркетинговые аспекты продвижения бренда в соцсети.
27. Маркетинговые аспекты продвижения проекта в соцсети.
28. Технологии проведения маркетинговых исследований в соцсети.
29. Программа интернет-маркетинга.
30. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в социальной сети

4. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа по дисциплине должна иметь следующую структуру:

Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.

Теоретическая часть (10-15 страниц): В задачи теоретической части входит отражение теоретических аспектов выбранной темы курсовой работы. В этой части должен быть дан понятийный аппарат, используемый студентом для проведения анализа. Важным является использование современных подходов, методологии и методик анализа как российских, так и зарубежных авторов по выбранной теме.

Аналитическая часть (10-15 страниц): Аналитическая часть курсовой работы должна быть отражением теоретической части в «привязке» к объекту исследования. Анализируются местоположение коммерческого предприятия и границы потребительского рынка его деятельности, характеризуется организационно-правовая структура, материальнотехническая база и анализируются основные финансово-экономические показатели хозяйственной деятельности, отражающие состояние и потенциал предприятия. При анализе организационно-хозяйственной деятельности предприятия акцент должен быть сделан на показатели, которые наиболее тесно связаны с темой работы. В содержании может быть представлена также оценка внешней среды, включающая конкурентную среду и потребительский рынок.

Предложения по улучшению объекта исследования (10-15 страниц): Является одной из важнейших частей курсовой работы. Эта часть позволяет студенту показать свое умение творчески мыслить и находить оптимальное решение в устранении несоответствий, выявленных в ходе анализа функционирования объекта исследования. Здесь можно рассмотреть несколько вариантов проектных решений, давая обоснование каждому из них с позиции его сильных и слабых сторон. Затем необходимо выбрать наиболее приемлемые для исследуемого объекта с позиции используемых ресурсов и возможности реализации. В завершении необходимо сделать прогноз на развитие объекта исследования с учетом выполнения всех рекомендаций.

Заключение (2-3 страницы): Заключение является итогом проделанной работы над курсовой работой. В нем должны быть даны ответы на все поставленные вопросы и задачи в начале работы. Структура заключения включает следующие моменты: информацию об используемой методике и инструментарии анализа; краткие выводы по каждому разделу работы; краткое описание выявленных в ходе анализа проблем и критических областей в функционировании объекта исследования; описание предлагаемых решений по улучшению качества функционирования исследуемого объекта; возможны рекомендации для дальнейшего развития объекта исследования.

Список литературы (2-3 страницы): Библиографический список должен отражать полный перечень всех используемых материалов, включая информацию, взятую из Интернета. В нем должны быть как основные учебные пособия по теме, так и различные научные статьи, отражающие современные тенденции развития данного вида анализа. Студенту необходимо продемонстрировать умение находить, отбирать и анализировать

информацию из разных источников. Список всех используемых источников должен включать не менее 20 наименований. Описание источников должно составляться в соответствии с требованиями к оформлению списка литературы.

Приложения (объем не ограничивается)

Объем курсовой работы не менее 30 и не более 40 страниц.

Оформление курсовой работы осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по оформлению курсовых работ.

Образец оформления титульного листа представлен в приложении А.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается на «Отлично», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Работа оформлена в полном соответствии с шаблоном и правилами оформления курсовых работ;
4. Содержание работы соответствует заданию;
5. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
6. Работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной;
7. В списке литературы широко представлены авторитетные и актуальные источники по теме работы;
8. При защите курсовой работы студенты свободно ориентируются в ее содержании, дают необходимые пояснения.

Курсовая работа оценивается на «Хорошо», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Содержание работы соответствует заданию;
4. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
5. Работа актуальна, написана самостоятельно;
6. В списке литературы достаточно представлены важные и актуальные источники по теме работы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. В работе допущены отдельные незначительные нарушения правил оформления;
2. По отдельным важным аспектам темы отсутствуют самостоятельные выводы;
3. При защите курсовой работы студенты смогли ответить не на все поставленные вопросы, возникали затруднения при пояснении расчетов и пр. При этом было продемонстрировано овладение ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы.

Курсовая работа оценивается на «Удовлетворительно», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Отсутствуют грубые нарушения правил оформления курсовой работы;
3. В работе рассмотрены наиболее важные аспекты темы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Работа выполнена с нарушением графика, не защищена в установленный расписанием сессии срок;
2. В работе имеются многочисленные незначительные нарушения правил оформления;
3. Содержание работы частично не соответствует заданию;
4. Тема исследования раскрыта не полностью, выполнены не все поставленные задачи;
5. При защите курсовой работы студенты затруднялись при ответах на вопросы, допускали ошибки, не всегда могли пояснить расчеты и пр. Овладение на должном уровне ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы продемонстрировано не было.

Курсовая работа оценивается на «Неудовлетворительно», если имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет менее 60%;
2. Файл с курсовой работой при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта имеет статус «Подозрительный документ»;
3. В работе имеются грубые нарушения правил оформления, она не соответствует утвержденному шаблону;
4. Содержание работы не соответствует заданию;
5. Тема исследования не раскрыта;
6. Работа содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений;
7. При защите курсовой работы студенты продемонстрировали неудовлетворительный уровень овладения теоретическими, методологическими или практическими аспектами темы исследования.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА
КАНТА
Высшая школа бизнеса и предпринимательства**

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: « _____ »

по дисциплине «Маркетинг в социальных медиа»

студента __ курса
направления _____,
профиль « _____ »

Иванова Сергея Николаевича

Научный руководитель:
К.э.н., доцент
Петров Иван Иванович

Отметка о допуске к защите:

_____ « ____ » _____ 202_ г.
(Подпись)

Оценка по итогам защиты:

_____ « ____ » _____ 202_ г.
(Подпись)

Калининград 202_

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**


Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»
Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 » / « 03 » 2021 г.



«Согласовано»
Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурькова
« 03 » / « 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Разработка товарной политики»
Шифр: 38.03.02**

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Разработка товарной политики»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий	Ошибка! Закладка не определена.
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.4. Тематика курсовых работ	
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.2 Задачи	15
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.4. Решение кейсов	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	24
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	.26
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
7.1. Основная учебная литература.....	27
7.2. Дополнительная учебная литература	27
7.3. Нормативные документы	28
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	34
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	34

Наименование дисциплины (модуля)**«Разработка товарной политики»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»**

Целью освоения дисциплины «Разработка товарной политики» является формирование профессиональных компетенций в области управления товарной политикой компаний на рынке.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">• теоретические основы формирования товарной политики компании: компоненты, цели и задачи• теоретические и методологические основы разработки нового товара;• теоретические и методологические основы управления ассортиментом компании;	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать и тестировать концепцию нового товара с применением экономико-математических моделей;• разрабатывать техническое задание на создание упаковки нового товара, тестирование упаковки;• проводить анализ конкурентоспособности товара (услуги);• выполнять стратегически и тактический анализ ассортимента компании;• оценивать сбалансированность товарного ассортимента;• принимать решения в области управления товарным ассортиментом.		
Владеть: <ul style="list-style-type: none">• владеть навыками разработки и тестирования нового товара;• владеть навыками оценки конкурентоспособности товара (услуги);• владеть знаниями, умениями и навыками принятия решений в области управления ассортиментом.		
Знать: <ul style="list-style-type: none">• теоретические основы формирования товарной и ассортиментной политики компании как основы ее конкурентоспособности• методологические основы процесса	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений

разработки нового товара и формирования ассортимента; • методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).		деятельности и организаций
Уметь: • выполнять стратегический анализ ассортимента; • принимать управленческие решения в области ассортимента, направленные на повышение конкурентоспособности компании;		
Владеть: • владеть навыками стратегического анализа в области товарной и ассортиментной политики компании.		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Разработка товарной политики» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг Управление брендами Поведение потребителей Интегрированная логистика Управление маркетингом	Разработка товарной политики	Управление продажами Коммерческая деятельность Маркетинговые коммуникации Методы разработки и принятия управленческих решений Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в маркетинге Стратегический маркетинг Менеджмент качества	Разработка товарной политики	Управление продажами Коммерческая деятельность Бизнес-планирование Инвестиционный менеджмент Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	64,25
Самостоятельная работа	103,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5. Табл.1

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	59	10	17	10	18	4		
Тема 2. Методологические основы разработки	58	10	17	10	17	4		

нового товара.								
Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компаний.	62	12	17	12	17	4		
Итого	180	32	51	32	52	12	0,25	0,75
Контактная работа	76,25	32		32		12	0,25	
Самостоятельная работа	103,75		51		52			0,75
Промежуточная аттестация	Экзамен							

4.1.Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	Товарная политика: сущность, компоненты, стратегии. Понятие «товара» в маркетинге: многоуровневые модели товара. Товарная информация: виды. Маркировка как средство товарной информации. Штриховое кодирование товаров. Информационные знаки: виды, сущность. Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание Конкурентоспособность товара: сущность, субъекты оценки и источники информации. Критерии конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Критерии конкурентоспособности товара, повышающие потребительную стоимость товара: Определение цены потребления как фактора конкурентоспособности товара.
2	Методологические основы разработки нового товара.	Понятие «новый товар». Этапы процесса разработки нового товара. Концепция нового товара: сущность, компоненты, тестирование. Совместный анализ как основной метод итогового тестирования концепции товара. Технико-экономический анализ как этап разработки нового товара: сущность, цель, этапы. Выбор критерия эффективности проектного решения. Критерии эффективности проектов и их сущность.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Анализ чувствительности и сценарный анализ в технико-экономическом анализе.</p> <p>Разработка упаковки.</p>
3	<p>Методологические основы управления ассортиментом компании.</p>	<p>Категорийный менеджмент как концепция управления ассортиментом в розничной торговле: понятие, правила, области применения, преимущества и трудности внедрения.</p> <p>Этапы формирования ассортимента.</p> <p>Стратегические аспекты управления ассортиментом: выбор конкурентной стратегии и концепции позиционирования.</p> <p>Ассортиментная политика компании: понятие, компоненты, положение об ассортиментной политике.</p> <p>Этапы управления ассортиментом по товарным категориям.</p> <p>Товарный классификатор: понятие, структурирования ассортимента по уровням - класс, товарная группа, категория.</p> <p>Товарная категория: понятие, принципы построения, структура, свойства.</p> <p>Типичные ошибки в построении товарного классификатора.</p> <p>Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум</p> <p>Понятия «ширина», «глубина» и «сбалансированность» ассортимента.</p> <p>Основные виды анализов ассортимента: сущность и частота применения: ABC-анализ. Графические методы определения границ групп А, В, С. XYZ-анализ: понятие, этапы, выводы. Совмещенный ABC- XYZ-анализ: сущность, выводы, этапы. Анализ взаимосвязи покупок: сущность, методы.</p> <p>Оборачиваемость товарных запасов: основные понятия (средний товарный запас, период) и важные моменты. Коэффициенты оборачиваемости: расчеты, анализ, ошибки. Норма оборачиваемости. Факторы, влияющие на формирование норм оборачиваемости. Анализ результатов оборачиваемости - матрица «Оборачиваемость-Маржа»: построение, выводы</p>

1.2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание. Факторы конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Принципы и цели оценки конкурентоспособности товара Этапы и методы оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности услуги.
2	Методологические основы разработки нового товара.	Упаковка товара: сущность, функции. Этапы разработки упаковки товара и их сущность. Разработка технического задания на создание упаковки: компоненты и их особенности. Тестирование упаковки: этапы и их сущность. Содержание комплекса работ по выведению нового товара на рынок. Оценка уровня риска нового товара. Пробный маркетинг: сущность, виды. Анализ успешности освоения нового товара после его выведения на рынок (по Ламбену).
3	Методологические основы управление ассортиментом компании.	Товарные категории и их роль в ассортименте. Виды категорий. Кросс-категориальный анализ: сущность, этапы. Балансировка ассортимента «по ширине». Балансировка ассортимента «по глубине». Ценообразование. Корректировка цен на товары внутри категории. Процесс мерчандайзинга. Общие правила планировки торгового зала. Распределение торговой площади между категориями товаров. Деление торговой площади по приоритетности. Эффективность использования торговых площадей. Стратегические и тактические методы анализ ассортимента. Оборачиваемость товарных запасов: основные понятия, коэффициенты оборачиваемости: расчеты, анализ, ошибки.

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические	1.Подготовка презентации на тему «Товарная информация» 2.Решение практических задач по теме «Оценка конкурентоспособности товара (услуги)». 3.На примере конкретного товара (услуги) разработайте систему критериев оценки конкурентоспособности товара

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	(услуги), подберите (разработайте) шкалы для оценки конкурентоспособности товара (услуги), оцените важность критериев оценки, рассчитайте комплексный показатель конкурентоспособности товара (услуги).
2	Методологические основы разработки нового товара.	<p>1. На примере конкретного товара разработайте концепцию нового товара, представьте концепцию в виде презентации, выделите заголовок концепции, основной текст концепции.</p> <p>2. Протестируйте концепцию нового товара с помощью фокус-группы с использованием метода совместного анализа.</p> <p>3. Выполните сравнительный анализ упаковок-конкурентов. Оцените упаковки с помощью системы критериев, предложите рекомендации по совершенствованию упаковки (на примере конкретного товара).</p>
3	Методологические основы управления ассортиментом компании.	<p>1. Проанализируйте товарный классификатор (на примере конкретного предприятия). Оцените грамотность товарного классификатора, выделите недостатки и ошибки в товарном классификаторе.</p> <p>2. Проведите анализ сбалансированности товарного ассортимента по ширине с помощью кросс-категориального анализа, выявите проблемы в ассортименте, предложите пути решения.</p> <p>3. Проведите анализ глубины ассортимента (на примере конкретного предприятия, например предприятия по которому пишете диплом).</p> <p>4. С использованием методов стратегического и тактического анализа ассортимента проведите анализ ассортимента, выявите проблемы, предложите пути их решения (на примере конкретного предприятия).</p>

4.4. Тематика курсовых работ

1. Разработка системы сбалансированных показателей применительно к товарной деятельности предприятия.
2. Анализ результативности товарной политики в рамках продуктоориентированного подхода управления компанией.
3. Анализ и совершенствование системы управления товарной политикой на предприятии.
4. Построение атрибутивной карты позиционирования для товарной марки (товара).

5. Разработка и обоснование товарной стратегии предприятия.
6. Анализ товарного портфеля и разработка рекомендаций по его совершенствованию.
7. Разработка и тестирование концепции нового товара (на примере предприятия).
8. Совершенствование ассортимента производственного предприятия.
9. Оптимизация промышленного ассортимента производственного предприятия на основе теории игр.
10. Оптимизация ассортимента торговой организации на основе концепции категорийного менеджмента.
11. Тактические аспекты управления ассортиментом предприятия розничной торговли.
12. Анализ и совершенствование ассортимента предприятия розничной торговли.
13. Разработка и тестирование упаковки товара (на примере...).
14. Совершенствование упаковки товара (на примере...).
15. Совершенствование системы управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли на основе концепции категорийного менеджмента.
16. Разработка программы пробного маркетинга при выводе нового товара на рынок.
17. Анализ и оценка этапа жизненного цикла товара.
18. Оценка качества товара (на примере...).
19. Оценка конкурентоспособности товара (на примере...).
20. Разработка концепции мерчандайзинга для предприятия розничной торговли.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	ОПК-3 ОПК-4	Решение задач		письменно
Тема 2. Методологические основы разработки нового товара.	ОПК-3 ОПК-4	решение задач		письменно
Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компании.	ОПК-3 ОПК-4	решение задач		письменно
	ОПК-3		экзамен	Устно/письме

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
	ОПК-4			нно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать основные принципы, современные научные подходы к управлению товарной и ассортиментной политикой. Знать методы анализа товарной и ассортиментной политики компании.	1-4
2	Владение научными принципами, подходами и методами управления товарной и ассортиментной политикой компании.	1-4

Код компетенции	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать основные принципы, современные научные подходы к управлению товарной политикой. Знать методы стратегического анализа товарной и ассортиментной политики компании.	1-4
2	Владение научными принципами, подходами и методами стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании, включая разработку нового товара, ввод и выведение товара из ассортимента.	1-4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения в области товарной политики с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	Знание основ концепции управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Знание методологии управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Умение принимать управленческие решения в области товарной политики компании.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен

Код компетенции	ПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций	

	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых товаров, выведения их на рынок	Знание научных принципов, подходов стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Знание научных методов стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Умение применять на практике научные подходы, методы стратегического анализа товарной и ассортиментной политики.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему</p>

сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		закрепленное в практическом навыке	саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	------------------------------------	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.2 Задачи

Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги)..

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Задача по оценке конкурентоспособности услуги. Оцените конкурентоспособность услуги методом комплексного предложения на рынке.

Таблица – Оценка конкурентоспособности услуги методом «Комплексного предложения на рынке»

Составляющие конкурентоспособности	Коэф. важности	Обобщающий коэффициент	Товары	Средняя оценка
------------------------------------	----------------	------------------------	--------	----------------

	в группе	важности	1	2	3	
1. Информационная составляющая услуги A=0,15						
- реклама на радио						
- баннеры						
- календари						
- смс рассылка						
- звонки клиентам						
2. Продуктовая составляющая A=0,3						
- широта предоставляемых услуг						
- качество услуг						
- удобство эксплуатации						
- качество монтажа						
3. Сервисная составляющая A=0,5						
- техническое оснащение						
- гарантия обслуживания						
- количество групп быстрого реагирования						
4. Ценовая составляющая A=0,05						
- скидки						
- акции						
- приемлемые цены						
Взвешенная сумма оценок G						

Задание 2. Оцените конкурентоспособность услуг розничной торговли компании ООО «АлМик». Рассчитайте обобщающий коэффициент конкурентоспособности, сделайте соответствующие выводы, предложите пути повышения конкурентоспособности розничной торговли компании.

Таблица 12 – Сравнительный анализ конкурентов ООО «АлМик»

Категории	АлМик	Альмак	КД	Мушкино	Гвардейский м-т	ЕТС	Роминта	Эталон
1. Товарная политика								
1.1 Широта ассортимента	11	9	11	5	9	7	7	11
1.2 Длина товарной линии: - сыровяленые и сырокопченые изделия	18	14	9	17	5	4	1	18

1.3 Длина товарной линии: - вареные колбасы	2	3	12	3	22	10	5	22
1.4 Длина товарной линии: - полукопченые изделия	11	9	15	-	29	5	6	29
1.5 Наличие сертификатов качества (по информации на упаковке)	ГОСТ, ОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС (РСТ)	ГОСТ, ТУ, ЕАС	-
1. Товарная политика								
1.6 Наличие медалей, призов и дипломов на конкурсах (кол-во)	0	3	13	0	0	8	6	13
1.7 Оценка информативности и упаковки (1-5)	4	5	5	4	2	3	4	5
2. Ценовая политика								
2.1 Цены на сыровяленые и сырокопченые изделия за кг	[295-945]	[559-1623]	[396-1185]	[1640-2294]	[352-695]	[360-460]	[316]	295
2.2 Цены на вареные колбасы за кг	[150-250]	[205-442]	[159-322]	[742-1090]	[202-399]	[280-340]	[204-559]	150
2.3 Цены на полукопченые изделия за кг	[240-370]	[360-1596]	[180-557]	-	[260-411]	[320-410]	[280-437]	180
3. Сбытовая политика								
3.1 Количество собственных торговых точек	1	1	7	2	1	22	43	43
3.2 Количество типов каналов сбыта	3	5	3	5	3	3	3	5
3.3 Наличие нетрадиционных каналов сбыта (интернет)	нет	да	нет	да	нет	нет	нет	-
4. Политика коммуникаций								
4.1 Оценка сайта по 5-ти балльной шкале	3	5	5	2	4	5	3	5
4.2 Присутствие в социальных	0	0	1	2	1	0	2	2

сетях								
4.3 Участие в ярмарках, выставках	да	да	да	да	да	да	да	-
4.4 Реклама на ТВ и радио	нет	да	да	да	да	да	да	-
4.5 Наружная реклама	нет	да	да	да	да	да	да	-
4.6 Общее число средств коммуникаций	2	4	5	5	5	4	5	5

Тема 2. Методологические основы разработки нового товара.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Туристическая компания занимается разработкой новых туров. Разработано несколько концепций новых туров. С помощью метода совместного анализа данные концепции были протестированы на трех целевых сегментах: молодежь, семьи, старший возраст. Была оценена частная полезность характеристик данных туров. Результаты проведенного совместного анализа приведены в таблице.

Таблица - Частные полезности характеристик нового товара для различных сегментов

Свойства	Сегменты		
	Молодежь	Семьи	Старший возраст
Активность:			
Культура	+0,10	-0,20	+0,20
Спорт	+0,30	-0,10	-0,20
Отдых	-0,40	+0,30	0
Цена (тыс.руб.)			
45	+0,50	+0,40	+0,30
70	-0,10	-0,10	-0,10
150	-0,40	-0,30	-0,20
Место			
Море	+0,10	+0,50	-0,30
Горы	+0,10	+0,10	-0,10
Природа	-0,20	-0,60	+0,40

Определите функцию полезности для сегмента "молодежь".
Нарисуйте графики частных полезностей.

Проанализируйте чувствительность каждого сегмента к различным свойствам. Какой вариант следует предложить каждому сегменту исходя из полученных результатов тестирования концепций нового товара?

Задание 2. Оцените эффективность двух проектов новых товаров с помощью расчета чистого дисконтированного дохода и выберите наилучший вариант проекта. Норма дисконта равна 10%.

Таблица - Прогнозируемые показатели выручки и затрат по проектам

Год	Проект А		Проект Б	
	затраты	выручка	затраты	выручка
1	100	0	200	0
2	100	150	100	500
3	50	300	0	200
4	50	350	0	100

Задание 3. На начальном этапе проектирования новой системы имеются три возможных варианта проекта: вариант 1, 2, 3. Вам необходимо выбрать и обосновать наилучший вариант проектируемой системы, исходя из следующих критериев: величина целевого эффекта - Р, затраты на проектирование и производство системы - Z, время создания системы -Т. По согласованию с заказчиком были получены желательные значения критериев: Р=100, Z=100, Т=100. Значимость критериев, а также их значения по различным вариантам проектов представлены в таблице.

Таблица - Прогнозируемые показатели проектов

Варианты проектов	Р	Z	Т
Вариант 1	150	200	120
Вариант 2	80	90	80
Вариант 3	140	150	110
Коэффициент значимости критерия	0,7	0,1	0,2

Задание 4. Для оценки вариантов проектируемой системы используются в качестве критериев эффективности частные показатели: вероятность ошибки системы (λ) и стоимость получения результата (z). В техническом задании на проектирование системы оговорены предельные значения: $\lambda < 10^{-2}$, $Z < 1000$. . Относительная важность показателей не известна. Рассматриваются три проектных варианта системы. Выберите и обоснуйте наилучший вариант проекта.

Таблица - Прогнозируемые показатели проектов

Показатели	Значения показателей по проектным вариантам		
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
λ	$0,5 \cdot 10^{-2}$	$0,3 \cdot 10^{-2}$	$0,1 \cdot 10^{-2}$
Z	400	600	900

Задание 5. Задача по оценке риска при выводе на рынок нового товара.

В процессе планирования вывода на рынок нового товара экспертами было сформировано три возможных плана маркетинговой поддержки проекта. Оцените ожидаемую прибыль и уровень риска всех возможных вариантов вывода на рынок нового товара и выберите наиболее оптимальный вариант.

Таблица - Прогнозируемые показатели вывода на рынок нового товара

План маркетинга	Рыночные состояния					
	благоприятное		удовлетворительное		неблагоприятное	
	вероятность	прибыль	вероятность	прибыль	вероятность	прибыль
П1	0,3	500	0,6	300	0,1	-100
П2	0,3	600	0,5	400	0,2	50
П3	0,1	700	0,3	400	0,6	100

Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компании.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Для специализированного магазина кондитерских изделий, торгующему следующими товарами: галеты (хлебцы), мармелад (12 видов), конфеты шоколадные в коробках и на развес, халва: ванильная, шоколадная, с арахисом, с изюмом, круассаны с разными наполнителями (7 видов), кексы фасованные и нефасованные; пирожные на развес (12 видов), зефир шоколадный, зефир ванильный, торты вафельные шоколадные, печенье масляное, печенье сухое, печенье «рулетки», рулеты с кремом, леденцы в коробках, леденцы на развес, крекеры: соленые, к пиву, с кунжутом, вафли: шоколадные, ванильные, низкокалорийные (всего 5 видов).

Вам необходимо:

1. Сформировать ассортиментную матрицу.
2. Провести анализ сбалансированности ассортимента по ширине с помощью кросс-категориального анализа, сделать выводы.

Таблица – Выручка и прибыль по товарным категориям, руб. в год

ТОВАРНАЯ КАТЕГОРИЯ	Оборот за год, руб	Прибыль за год, руб
1. Конфеты шоколадные фасованные	161588	48476
2. Пирожные фасованные	156180	34360
3. Печенье	141464	24048
4. Леденцы	50116	19044
5. Крекеры	76364	16036
6. Вафли	67704	15572

7. Конфеты шоколадные в коробках	169716	50916
8. Зефир	89756	26928
9.Рулеты	99460	20888
10.Мармелад	14080	2956
11.Торты вафельные	148876	25308
12. Круассаны	51068	11236
13.Галеты (хлебцы)	38900	7000
14. Халва	50232	11552
15. Кексы фасованные	41436	10772

Задание 2. Выполните авс-анализ по двум параметрам: выручке и прибыли методом касательной. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица - АВС-анализ товарного ассортимента по двум параметрам методом касательной

Категория	Оборот за 1 квартал, тыс.руб.	Прибыль за 1 квартал, тыс.руб.
Конфеты шоколадные в коробках	42 429	12 729
Конфеты шоколадные фасованные	40 397	12 119
Пирожные фасованные	39 045	8 590
Зефир	22 439	6 732
Торты вафельные	37 219	6 327
Печенье	35 366	6 012
Рулеты	24 865	5 222
Леденцы	12 529	4 761
Крекеры	19 091	4 009
Вафли	16 926	3 893
Халва	12 558	2 888
Круассаны	12 767	2 809
Кексы фасованные	10 359	2 693
Галеты (хлебцы)	9 725	1 750
Мармелад	3 520	739
ИТОГО		

Задание 3. Рассчитайте размер среднего товарного запаса (ТЗ_{ср}) за год для компании торгующей мелкой бытовой химией и товарами для дома. Подготовьте данные для расчета оборачиваемости товарных запасов.

месяц	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
-------	--------	---------	------	--------	-----	------	------	--------	----------	---------	--------	---------

сумма товарно го запаса на 1 число месяца (руб.)	45 880	40 677	39 787	46 556	56 778	39 110	45 613	58 977	56 001	56 577	71 774	53 878
---	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Задание 4. Анализируется товарная позиция «Крем для рук», в качестве примера приведены данные по продажам и запасам за полгода. Рассчитайте оборачиваемость крема для рук в днях, оборачиваемость в оборотах (сколько раз продается запас за полгода), уровень запасов. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица – Объемы продаж крема для рук в месяц

Наименование	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июнь
Крем для рук						
Продажи (штуки)	334	317	298	250	221	281
Остаток на складе (штуки)	455	412	388	235	256	243
Средняя закупочная цена (руб.)	31,50	31,45	31,20	31,10	31,10	31,0
Продажи (руб)	10 521,0	9 969,7	9 297,6	7 775,0	6 873,1	8 711,0
Остаток на складе (руб.)	14 332,5	12 957,4	12 105,6	7 308,5	7 961,6	7 533,0

Задание 5. Проведите анализ коэффициента оборачиваемости двух товаров, являющихся частью ассортимента продуктового магазина. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица – Объемы продаж товаров по дням недели

Наименование позиции	Пон	Вт	Ср	Чет	Пят	Суб	Воскресенье
Батон белый нарезной							
Продажи (штуки)	30	32	31	29	32	40	25

Остаток на складе (штуки)	12	10	20	12	9	30	15
Коньяк элитный в подарочной упаковке							
Продажи (штуки)	1	0	1	0	1	2	0
Остаток на складе (штуки)	4	4	3	3	2	0	0

Задание 6. Определите уровень издержек на хранение запасов (S) методом средней стоимости. Сделайте выводы об оптимальности затрат.

Таблица – Перечень затрат на хранение запасов (тыс.руб. в год)

Показатели, руб.	Годы			Итого
	2016	2017	2018	
Средний остаток	100000	125000	110000	
Налоги	3000	3400	3200	
Страхование	1400	1500	1400	
Устаревание	2500	2000	1500	
Уценка	500	800	400	
Общая стоимость				

Задание 7. Рассчитайте экономически обоснованный размер заказа для различных товаров с помощью модели Уилсона. Разбейте формулу Уилсона на две ячейки для простоты подсчета.

Таблица – Исходные данные для расчета размера заказа

	A	B	C	D
1		Холодильник	Колбаса	Пакетик
2	Количество рабочих дней	360	360	360
3	Стоимость пополнения запаса (руб.)	490	350	350
4	Спрос в день	2 шт.	10 кг	20 шт.
5	Расходы на хранение (доли)	0,16	0,25	0,2
6	Стоимость единицы товара (руб.)	22000	340	3

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»** и **«не зачтено»**

Проверяемые компетенции:

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к экзамену

1. Товарная политика: сущность, компоненты, стратегии.
2. Товарная информация: виды. Маркировка как средство товарной информации. Штриховое кодирование товаров.
3. Информационные знаки: виды, сущность. Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание.
4. Качество товара: понятие, нормативно-правовые документы, регламентирующие вопросы качества. Общая характеристика потребительских показателей качества товаров.

5. Методы оценки качества. Методика комплексной оценки уровня качества товара.
6. Конкурентоспособность товара: сущность, субъекты оценки и источники информации.
7. Критерии конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Критерии конкурентоспособности товара, повышающие потребительскую стоимость товара.
8. Принципы и цели оценки КСП товара. Этапы и методы оценки КСП товара.
9. Оценка КСП услуги.
10. Понятие «новый товар». Этапы процесса разработки нового товара.
11. Концепция нового товара: сущность, компоненты, тестирование.
12. Совместный анализ как основной метод итогового тестирования концепции товара.
13. Техничко-экономический анализ: сущность, цель, этапы. Выбор критерия эффективности проектного решения.
14. Критерии эффективности проектов и их сущность.
15. Анализ чувствительности и сценарный анализ в технико-экономическом анализе.
16. Содержание комплекса работ по выведению нового товара на рынок. Оценка уровня риска нового товара.
17. Пробный маркетинг: сущность, виды.
18. Анализ успешности освоения нового товара после его выведения на рынок (по Ламбену).
19. Категорийный менеджмент: понятие, правила, области применения, преимущества и трудности внедрения. Этапы формирования ассортимента в торговле.
20. Стратегические аспекты управления ассортиментом в торговле: выбор конкурентной стратегии и концепции позиционирования.
21. Товарный классификатор: понятие, структурирования ассортимента по уровням - класс, товарная группа, категория. Типичные ошибки в построении товарного классификатора.
22. Товарная категория: понятие, принципы построения, структура, свойства.
23. Понятия «ширина», «глубина» и «сбалансированность» ассортимента.
24. Товарные категории и их роль в ассортименте. Виды категорий.
25. Кросс-категориальный анализ: сущность, этапы. Балансировка ассортимента «по ширине».
26. Балансировка ассортимента «по глубине».
27. Процесс мерчандайзинга. Общие правила планировки торгового зала.
28. Распределение торговой площади между категориями товаров. Деление торговой площади по приоритетности.
29. Эффективность использования торговых площадей.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным

языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Экзамен может также проводиться в форме тестирования в электронной среде или устно или письменно. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием пятибалльной системы оценивания, дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. В течение всего семестра проводится: аудиторный контроль, внеаудиторный контроль, рубежный контроль, итоговый контроль.

Аудиторный контроль включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторный контроль включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку конспекта по новой теме, разработку творческих заданий, написание эссе по книге и пр.

Рубежный контроль проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, решение задач по данной теме, выполнение творческих заданий.

Итоговый контроль представляет собой промежуточный контроль по дисциплине.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность

ответа по сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль осуществляется в БРС или ЛМС-3 системе.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Попова, Д. Г. Товарный менеджмент : учебное пособие / Д. Г. Попова, Е. А. Тыщенко, Ю. В. Устинова. — Кемерово :КемГУ, 2016. — 109 с. — ISBN 978-5-89289-966-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102662> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Маракулина, И. В. Управление маркетингом (продвинутый уровень) : учебное пособие / И. В. Маракулина. — Киров : Вятская ГСХА, 2016. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156907> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с.
1. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько, 2018. - 1 on-line, 521 с.
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев, 2019. - 1 on-line, 315 с.
4. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. А. Казакова, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.
5. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с.
6. Лифиц И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для приклад. бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева, 2019. - 1 on-line, 405 с.
7. Мамонтов С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с.
8. Маховикова Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 231 с.
9. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 1, 2018. - 1 on-line, 257 с.
10. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / [О. Н. Романенкова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Романенковой, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 456 с.
11. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 552 с.
12. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2019. - 1 on-line, 437 с.
13. Управление маркетингом [Текст] : учеб. пособие для вузов / под ред. И. М. Синяевой, 2009. - 414, [2] с.
14. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / Л. Н. Федотова, 2019. - 1 on-line, 391 с.

7.4. Нормативные документы

1. ФЗ «О защите прав потребителей».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft PowerPoint), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите

пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете,;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.

3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).

- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

- Для фона и текста используйте контрастные цвета.

- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.

- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.

- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.

- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.

- Для информации – не менее 18.

- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.

- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:

- Рамки, границы, заливку;

- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;

- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

- С текстом;

- С таблицами;

- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
ИММАНУИЛА КАНТА**

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Л.Ю. Щербинина

**Методические указания к выполнению
Курсовой работы по дисциплине «Разработка товарной политики»**

Направление подготовки: Менеджмент, шифр 38.03.02

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

г. Калининград - 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Методические указания к выполнению курсовой работы
3. Список тем курсовых работ
4. Оценка курсовой работы
5. Литература

1. ВВЕДЕНИЕ

Выполнение курсовой работы является составной частью изучения дисциплины «Разработка товарной политики», способствует углублению теоретических знаний в области маркетинга, а также формированию практических навыков применения методов и моделей маркетингового анализа и принятия управленческих маркетинговых решений в области формирования ассортимента, разработки новых товаров..

Цель курсовой работы: на основе анализа ассортиментной и товарной политики предприятия, а также факторов внешней среды рынка разработать практические рекомендации по совершенствованию товарной политики компании

Задачами курсовой работы являются:

- проверка усвоения студентами учебного материала;
- закрепление знаний, умений и навыков, полученных студентом на протяжении изучения курса " Разработка товарной политики ";
- формирование творческого, нестандартного подхода к решению маркетинговых проблем;
- формирование умений и навыков обобщать и анализировать маркетинговые данные, делать выводы и давать практические рекомендации;
- совершенствование умений и навыков работы с литературными источниками.

2. УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является одним из видов научной работы. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Все курсовые работы пишутся на примере конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в Калининградской области, либо товарного рынка.

Курсовые работы проходят проверку в системе «Антиплагиат» с установлением минимального процента оригинальности – 70 %. При невыполнении этого требования работа не может быть допущена к защите.

Курсовая работа должна привить студенту навыки творческого изучения и решения актуальных проблем в области маркетинга. Изложение материала должно быть научным, иметь логическую последовательность. Курсовая работа не должна содержать орфографические, пунктуационные, фактические и стилистические ошибки. Необходимо обеспечить соблюдение требований к оформлению и содержанию.

Курсовая работа состоит из введения, двух-трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы машинописного или компьютерного текста – 40-50 страниц. Объем приложений не ограничен.

Рассмотрим части курсовой работы:

1. Титульный лист (приложение А). Титульный лист не нумеруется.

2. Содержание. Содержание содержит перечень заголовков глав, параграфов работы (без сокращений, в той же последовательности и соподчиненности) с указанием страниц (приложение Б).

3. Введение. Во введении должна быть раскрыта:

- **актуальность темы исследования** (до 1 страницы текста);
- **цель исследования** (например, разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности на основе оценки конкурентоспособности компании на рынке);

- **задачи исследования** - представляют собой действия, которые планируется совершить для достижения цели; это своеобразные ступеньки, по которым надо пройти, чтобы достигнуть конечного результата (например, изучить; составить....; проанализировать). Перечень задач соответствует последовательности выделения параграфов в работе, пишется строго по содержанию курсовой работы.

- **объект исследования** - это явление, процесс, система на которую направлена исследовательская деятельность. Например, объектом исследования может являться изучаемый рынок или само предприятие и пр.

- **предмет исследования** – это те стороны (свойства, отношения) объекта исследования, которые непосредственно связаны с изучаемой проблемой и на которых сфокусирован научный поиск исследователя. Например, предметом может выступать конкурентная среда рынка или маркетинговая деятельность компании и пр.

- **методы анализа**, которые автор применял в процессе исследования предмета. Это могут быть общенаучные методы анализа (анализ, синтез, дедукция и пр.) или маркетинговые методы, например, метод SWOT-анализа, PEST-анализа, ABC-анализа и другие.

- **информационная база исследования.** Она, как правило, представляет собой источники внешней и внутренней вторичной информации (бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, информационные сайты и пр.), которые использовались при написании работы в качестве основных источников информации.

Несмотря на то, что введение формально предшествует первой части, как правило, пишется оно в самом конце работы. Объем введения составляет от полутора до трех машинописных листов установленного формата.

4. Методологическая (теоретическая) часть.

Представляет собой первую главу курсовой работы и посвящена раскрытию теоретических и методологических аспектов предмета исследования. Традиционно содержит три параграфа, сбалансированных по объему (от 5 до 7-8 страниц каждый параграф). Данная часть курсовой работы должна содержать описание системы категорий, понятийного аппарата, концепций, инструментария (приемов и методик), принципов, используемых автором во второй главе курсовой работы. Необходимо

подчеркнуть, что содержание теоретической части должно быть напрямую связано с *темой курсовой работы*. В теоретической части автор должен выполнить обзор научной литературы по данному предмету исследования, представить разные точки зрения, существующие в науке по изучаемому вопросу. В первой главе обязательно должны присутствовать сноски на используемые библиографические источники. Оформление сносок выполняем по тексту через квадратные скобки с указанием номера библиографического источника и номера страницы.

5. Практическая часть (вторая глава курсовой работы).

Посвящена количественному и качественному анализу факторов внешней и внутренней маркетинговой среды рынка, с четким углублением в количественный анализ *предмета исследования*. Содержит от 3 до 4-5 параграфов. Объем главы составляет до 40%-50% курсовой работы. *Это самая важная часть курсовой работы!* Именно она позволит автору обоснованно подойти к формулировке практических рекомендаций, направленных на совершенствование маркетинговой деятельности компании, работающей на конкурентном рынке. Структура второй главы чаще всего следующая.

Пункт 2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «...».

В данном параграфе автор описывает историю и год появления компании на рынке; направления деятельности; организационно-правовую форму предприятия; организационную структуру, выявляя ее достоинства и недостатки; на основе данных бухгалтерского баланса выполняет финансово-экономический анализ деятельности предприятия.

Пункт 2.2. Анализ факторов внешней макросреды рынка.

В данном параграфе автор описывает и анализирует влияние факторов макросреды на деятельность компании. Анализ факторов может быть основан на статистических данных, а также оценках экспертов. В процессе анализа факторов макросреды по каждому фактору (экономическому, политико-правовому, демографическому, социально-культурному, научно-технологическому, природному) формируем набор составляющих фактор сил (компонентов). Далее по каждому компоненту собираем статистическую информацию, выявляем основную тенденцию развития и направление (положительное или отрицательное) влияния компонента фактора на отрасль и компанию, делаем соответствующие выводы. Анализ факторов макросреды завершаем построением PEST-матрицы. При написании параграфа рекомендовано обращение в РОССТАТ.

Пункт 2.3. Анализ факторов внешней микросреды рынка.

В данном параграфе необходимо рассмотреть и проанализировать влияние основных факторов внешней микросреды рынка: конкурентов компании, клиентов компании (описываем сегменты на которых работает компания, а также социально-экономический профиль целевого сегмента), поставщиков и др. факторов. Особый упор делаем на анализ конкурентов! Для этого выполняем сравнительный анализ конкурентов по основным маркетинговым критериям (комплекс «4Р»): уровень цен, широта

ассортимента, качество продукции, качество обслуживания, оценка сайта, степень присутствия фирм конкурентов в социальных сетях, разветвленность сбытовой сети и пр. По каждому критерию сравнения необходимо собрать количественную или качественную информацию по основным компаниям-конкурентам, сделать выводы, в чем состоят преимущества и недостатки вашей компании как по отдельным критериям, так и в целом. Также можно использовать в анализе конкурентной среды модель пяти сил конкуренции Майкла Портера, методы и модели оценки конкурентоспособности компании (или товара) с построением многоугольника конкурентоспособности.

Пункт 2.4. Анализ товарной (ассортиментной) политики компании.

В данном параграфе выполняем анализ ассортиментной (товарной) политики компании. Стараемся использовать количественные методы анализа, например, в анализе ассортимента применять методы ABC-анализа, XYZ-анализа, метода БКГ и другие.

Логично закончить вторую главу расширенным SWOT-анализом, который подведет итог проведенному анализу объекта и предмета исследования.

Конечно, структура второй главы может отличаться по разным темам. Самое главное помнить, что вторая глава должна содержать глубокий количественный анализ предмета исследования и тех дополнительных факторов внешней маркетинговой среды рынка (конкурентов, клиентов, факторов макросреды и пр.) без анализа которых невозможно дать практические рекомендации по улучшению положения компании на рынке.

6. Проектная часть. Представляет собой перечень основных направлений, рекомендаций, плана мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности компании. Объем главы 10-20% объема работы. Можно начать главу со SWOT-анализа.

7. Заключение.

Заключение курсовой работы должно раскрывать ее главный смысл. Необходимо помнить, что заключение - это не просто перечень полученных результатов, а их итоговый синтез. Синтез - это последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами. В заключении никаких двояких толкований не допускается. Объем заключения составляет порядка 10% всей работы (без учета приложений).

8. Библиографический список. Оформление списка литературы.

9. Приложения. В приложения выносятся дополнительная информация, послужившая источником для проведения анализа, например, бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, прейскуранты цен, рекламные материалы и пр.

Законченная курсовая работа сдается студентом на кафедру «Экономики и менеджмента» в установленный графиком срок, проверяется преподавателем с указанием замечаний, проверяется в системе Антиплагиат и при устранении замечаний допускается к защите.

3. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Разработка товарной политики»

1. Разработка системы сбалансированных показателей применительно к товарной деятельности предприятия.
2. Анализ результативности товарной политики в рамках продуктоориентированного подхода управления компанией.
3. Анализ и совершенствование системы управления товарной политикой на предприятии.
4. Построение атрибутивной карты позиционирования для товарной марки (товара).
5. Разработка и обоснование товарной стратегии предприятия.
6. Анализ товарного портфеля и разработка рекомендаций по его совершенствованию.
7. Разработка и тестирование концепции нового товара (на примере предприятия).
8. Совершенствование ассортимента производственного предприятия.
9. Оптимизация промышленного ассортимента производственного предприятия на основе теории игр.
10. Оптимизация ассортимента торговой организации на основе концепции категорийного менеджмента.
11. Тактические аспекты управления ассортиментом предприятия розничной торговли.
12. Анализ и совершенствование ассортимента предприятия розничной торговли.
13. Разработка и тестирование упаковки товара (на примере...).
14. Совершенствование упаковки товара (на примере...).
15. Совершенствование системы управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли на основе концепции категорийного менеджмента.
16. Разработка программы пробного маркетинга при выводе нового товара на рынок.
17. Анализ и оценка этапа жизненного цикла товара.
18. Оценка качества товара (на примере...).
19. Оценка конкурентоспособности товара (на примере...).
20. Разработка концепции мерчандайзинга для предприятия розничной торговли.

Пример структуры курсовой работы по теме «Анализ ассортимента предприятия розничной торговли (на примере ООО «Виктория»)».

Введение

Глава 1. Теоретические основы анализа ассортимента рынках розничной торговли.

1.1. Ассортимент в розничной торговле: товарный классификатор, принципы его построения

1.2. Этапы формирования ассортимента в розничной торговле.

1.3. Методы анализа ассортимента в рознице.

Глава 2. Анализ ассортиментной политики компании.

2.1. Характеристика предприятия.

2.2. Анализ ассортиментной и ценовой политики конкурентов .

2.3. Анализ сбалансированности ассортимента по ширине. Кросс-категориальный анализ.

2.4. Анализ сбалансированности ассортимента по глубине.

2.4. Тактический анализ ассортимента: оценка оборачиваемости товарных запасов, ABC-анализ, XYZ-анализ.

Глава 3. Совершенствование ассортиментной политики компании

3.1. Направления совершенствования ассортиментной политики

3.2. Экономическая оценка мероприятий по оптимизации ассортимента..

3. Порядок оформления курсовой работы

Порядок оформления курсовой работы смотри Методические рекомендации по оформлению курсовых работ.

4. Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если в работе представлен полный количественный и качественный анализ предмета исследования, на основе проведенного анализа студентом разработаны направления совершенствования маркетинговой деятельности. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал высокий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют ошибки в расчетах, выводы построены на глубоком и научном анализе предмета исследования.

ХОРОШО ставится в случае, если в работе представлен количественный и качественный анализ предмета исследования. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал хороший уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы построены на научном анализе предмета исследования, но применялись в основном качественные (экспертные) методы анализа данных, работа может содержать некоторые неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе представлен слабый количественный анализ предмета исследования. Изложение текста удовлетворительно структурировано, не совсем логично изложено. Студент показал удовлетворительный уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, но выводы построены в большей мере на качественных (экспертных) методах анализа данных, работа содержит неточности, ошибки, исправленные после проверки преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе не представлен количественный анализ предмета исследования. Изложение текста слабо структурировано, нелогично изложено. Студент показал низкий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Присутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы не подкреплены научным анализом предмета исследования либо студент отклонился от темы.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Управление продажами»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ».....	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	7
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
4.4. Тематика курсовых работ	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.3.1 Темы рефератов и презентаций.....	12
6.3.2 Тренинг	17
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	18
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	20
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	20
7.1. Основная учебная литература.....	20
7.2. Дополнительная учебная литература.....	21
7.3. Для самостоятельной работы.....	21
7.4. Нормативные документы	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	24
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24
Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.	29
Приложение А	32

Наименование дисциплины (модуля)

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Управление продажами» является формирование представления об основных процессах связанных с организацией, планированием продаж, особенностях взаимодействия с клиентами в процессе продаж; приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с продажами.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - теоретические основы организации и управления продажами; - основные задачи и методы организации и управления продажами; Уметь: - использовать полученные знания для организации и управления продажами; Владеть: - инструментами реализации задач организации и управления продажами;	ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;
Знать: - области применения и возможности практики организации и управления продажами. Уметь: - разрабатывать и организовывать процессы связанные с продажами; - использовать методологию и практические аспекты организации и управления продажами. Владеть: - практическим навыками, связанными с использованием инструментов организации и управления продажами.	ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Управление продажами» представляет собой дисциплину вариативной части (Б1.В.04) дисциплин по выбору подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	Управление продажами	Коммерческая деятельность
ОПК-3	Управление брендами		Маркетинговые коммуникации
ОПК-3	Разработка товарной политики		Методы разработки и принятия управленческих решений
ОПК-3	Поведение потребителей		Управление маркетингом
ОПК-3			Интегрированная логистика
ОПК-3			Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
ОПК-3			Производственная преддипломная практика
ОПК-3			Выполнение выпускной квалификационной работы
ОПК-3			Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в маркетинге	Управление продажами	Коммерческая деятельность
ОПК-4	Стратегический маркетинг		Бизнес-планирование
ОПК-4	Менеджмент качества		Инвестиционный менеджмент
ОПК-4	Разработка товарной политики		Производственная преддипломная практика
ОПК-4			Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 4 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	167,75
Часов, всего	252
Зачетных единиц, всего	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.	66	8	18	8	28	4		
Тема 2. Приемы продаж	88	12	24	10	34	8		
Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	97	12	28	14	35	8		
Итого	252	32	70	32	97	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		10	0,25	
Самостоятельная работа	167,75		70		97			0,75
Промежуточная аттестация		Зачет с оценкой						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте.	Сущность продаж и их роль. Типы продаж. Имидж продаж. Сущность управления продажами и его предназначение. Управленческая концепция продаж, зависимость между продажами и менеджментом.
2	Приемы продаж	Ответственность при продажах. Подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. Процедуры продаж (начало, идентификация запросов и проблем, презентация и демонстрация, устранение возражений, ведение переговоров, осуществление непосредственной продажи, последующие действия, выводы)
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Управление клиентами. Преимущества и опасности при управлении клиентами. Задачи управления клиентами и требуемые для этого навыки и умения. Модели управления формированием отношений с клиентами. Формирование взаимоотношений с клиентами. Информация о клиентах и система действий по продажам.

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте.	Обсуждение статей из периодических и Интернет-изданий публикаций связанных с управлением продажами.
2	Приемы продаж	Моделирование процесса продаж (работа в группах + совместные действия групп)
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Моделирование взаимодействия с клиентом (работа в группах и совместные действия групп)

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте	Типология продаж. Сущность управления продажами и его предназначение. Управленческая и маркетинговая концепция продаж.
2	Приемы продаж	Ответственность при продажах. Подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления продаж различных типов.

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		Технологии продаж различных групп товаров Выбор типа продаж.
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Управление запросами клиентов. Модели управления формированием отношений с клиентами. Формирование взаимоотношений с клиентами. Информация о клиентах и система действий по продажам. Продажи на основе взаимоотношений Тактические приемы продаж на основе взаимоотношений.

4.4. Тематика курсовых работ

1. Совершенствование организационной структуры отдела продаж.
2. Эффективность используемых приемы продаж в организации.
3. Эффективность системы ответственность при продажах в организации.
4. Методическое обеспечение подготовки к продажам.
5. Применение и совершенствование навыков и умений для осуществления персональных продаж сотрудниками подразделений продаж в организации.
6. Эффективность процедур продаж в организации.
7. Анализ технологии продаж в организации
8. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
9. Управление клиентами в организации.
10. Преимущества при управлении клиентами
11. Эффективность моделей управления формированием отношений с клиентами.
12. Управление информацией о клиентах в организации.
13. Эффективность системы продаж на основе взаимоотношений с клиентами.
14. Использование тактических приемов продаж на основе взаимоотношений.
15. Методология использования писем-напоминаний в организации.
16. Использование способов проявления заботы о клиенте.
17. Применение в организации механизмов возвращения утерянных клиентов.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы		письменно
Тема 2. Приемы продаж	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы		письменно
Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы Тренинг		письменно
	ОПК-3 ОПК-4		Зачет с оценкой	Итоговый рейтинг

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	понимание основ продаж	1
2	способность использовать основные инструменты продаж как части экономических процессов на микроуровне	2-3

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	понимание этапов продаж	1
2	способность использовать основные содержательные элементы продаж в экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решениях	2-3

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микромакроуровне			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	

Код компетенции	ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микромакроуровне			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты управления продажами повышения предпринимательской результативности всеми участниками организации	Знание основ сферы продаж для современной организации	Знание методологии использования основных инструментов продаж как части бизнес-плана организации	Умение использовать основные инструменты продаж как части бизнес-плана организации	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Код компетенции	ОПК-4 Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты экономических показателей в управлении продажами современной организации	Знание основ сферы продаж для современной организации	Знание методологии использования основных экономических инструментов продаж как части бизнес-плана организации	Умение использовать основные инструменты продаж как части бизнес-плана организации	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне.	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной

<p>проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>
---	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;

- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тематика рефератов и докладов по темам дисциплины, выдается для индивидуального или группового исполнения, когда на основе выбранной организации ведущей продажи, необходимо переложить в практическую плоскость вопросы рассматриваемые в той или иной теме.

Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Структура управления продажами в организации.

Тема 2 Поиск клиентов по Кросману.

Тема 2. Приемы продаж

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Пользуясь источниками поиска покупателей, провести мониторинг потенциальных покупателей своего объекта продаж.

Тема 2 Характеристика клиентов по критериям и показателям анализа клиентуры.

Тема 3 Пожалуйтесь на свое объект продаж.

Тема 4 Составить план профилактики жалоб.

Тема 5 Минимальный, неизбежно-необходимый перечень торговых услуг для своего объекта продаж с обозначением что МЫ будем делать, а что – услуги сторонних организаци и почему.

Тема 6 Максимальный, возможно-конкурентный перечень торговых услуг для своего объекта продаж с обозначением что МЫ будем делать, а что – услуги сторонних организаций и почему.

Тема 7 Характеристики и выгоды продукта (услуги) своего объекта продаж.

Тема 8 Личная презентация этапов продаж.

Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Моделирование психологических и поведенческих типов клиентов.

Тема 2 Выбор типологии поведения с клиентами.

Тема 3 Поведение покупателя и продавца.

Тема 4 Письмо-напоминание своему клиенту в продажах.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
	представляемой информации	информации	информации	представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные

Критерии	Показатели
	публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.2 Тренинг

Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Моделирование психологических и поведенческих типов клиентов
Тренинг поведения покупателя и продавца Презентация этапов продаж

Тренинг - форма изучения и усвоения теории с последующим практическим закреплением. После тренинга студент должен самостоятельно уметь применять в жизни то, чему он натренировался.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если практически в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного, но ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями не существенного с точки зрения результата, характера.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны не все ранее изученные рекомендации по действиям в

ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат ниже запланированного, ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны единичные изученные ранее рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), запланированный результат не показан, рекомендации алгоритма не выполнены.

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «**отлично**», «**хорошо**», «**удовлетворительно**», «**неудовлетворительно**».

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Вопросы к экзамену:

1. Развитие продаж и их роль в экономике
2. Продажи как завершающий этап деятельности управленца
3. Типы продаж.
4. Имидж продаж на современном этапе развития экономических процессов России
5. Сущность управления продажами и его предназначение
6. Организационные структуры отдела продаж
7. Приемы продаж
8. Ответственность при продажах
9. Подготовка к продажам.
10. Навыки и умения для осуществления персональных продаж.
11. Процедуры продаж (начало и идентификация запросов и проблем)
12. Процедуры продаж (презентация и демонстрация)
13. Процедуры продаж (устранение возражений)

14. Процедуры продаж (ведение переговоров)
15. Процедуры продаж (осуществление непосредственной продажи)
16. Процедуры продаж (завершающая фаза, выводы)
17. Технологии и типы продаж – Обслуживание
18. Технологии и типы продаж - Агрессивный тип продаж
19. Технологии и типы продаж - Спекулятивный тип продаж
20. Технологии и типы продаж - Консультативная продажа
21. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
22. Управление клиентами.
23. Преимущества при управлении клиентами
24. Опасности при управлении клиентами.
25. Задачи управления клиентами
26. Требуемые навыки и умения для управления клиентами.
27. Модели управления формированием отношений с клиентами.
28. Формирование взаимоотношений с клиентами.
29. Управление информацией о клиентах.
30. Продажи на основе взаимоотношений (комплексное управление качеством)
31. Продажи на основе взаимоотношений (забота о потребителе).
32. Продажи на основе взаимоотношений (подход «точно в срок»).
33. Продажи на основе взаимоотношений (маркетинг взаимоотношений)
34. Тактические приемы продаж на основе взаимоотношений.
35. Письма-напоминания как способ проявления заботы о клиенте.
36. Способы проявления заботы о клиенте.
37. Механизмы возвращения утерянных клиентов
38. Механизмы возвращения колеблющихся клиентов.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого

вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов по тематике курса, посещаемость.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет с оценкой)

	Защита рефератов и презентаций по заданиям темы	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,5	0,5	
оценка			

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гармаева, И. А. Технологии и качество продаж : учебное пособие / И. А. Гармаева, Н. И. Хамнаева. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2018. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158547>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Организация прямых продаж [Электронный ресурс]: учеб. видеофильм/ [авт. сценария А. В. Креславский]. - СПб.: Решение: учеб. видео, 1999-2007. - 1 эл. опт. диск (CD-DV). - (Работа с клиентами). Приложение:
 1. Организация прямых продаж: учеб. пособие. - СПб.: Решение: учебное видео, 2011. - 62 с. - ISBN 5-93690-001-0 (Креславский Е. С.)
 2. Организация прямых продаж: метод. материалы. - СПб.: Решение: учебное видео, 2011. - 77 с. (Доминак В. И.)Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Аллен, П. Продажи. Как добиться четкой и отлаженной работы сбыта: пер. с англ./ П. Аллен, Дж. Вуттен. - 5-е изд.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2003. - 280 с. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 0-273-63402 X. - ISBN 5-94723-349-5 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)
2. Азимов, С. А. Продажи, переговоры. Практика, примеры/ Сергей Азимов. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2017. - 320 с. - (Сам себе психолог). - ISBN 978-5-496-00455-8 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
3. Баркан, Д. И. Управление продажами: учебник/ Д. И. Баркан; С.-Петерб. гос. ун-т., Высш. шк. менеджмента. - 2-е изд., испр.. - СПб.: Высш. шк. менеджмента: Изд. Дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. - 907 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 897-902. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
4. Вертоградов, В. Управление продажами/ В. Вертоградов; !osoa.pft: FILE NOT FOUND!. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2004. - 235 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-94723-798-9 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)
5. Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта: учеб. для вузов/ Т. В. Виноградова. - 3-е изд., испр.. - Москва: Академия, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 238 с.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 234-235. (Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1))
6. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 277, [1] с.: рис., табл.. - Библиогр.: с. 276-277. (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))
7. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 1 on-line, 279 с.: ил. - Библиография: с. 276-278. (Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1))
8. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В. Н. Егоров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 622 с. - ISBN 0-273-64210-3. - ISBN 5-238-00465-6 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
9. Добротворский, И.Л. Тренинг профессиональных продаж: Синтез и соединение лучших идей, методов и приемов продажи: Полный справочник высокоэффективного продавца-профессионала: учебное пособие/ Добротворский И.Л.. - М.: Дело и Сервис,

2003. - 224 с. - ISBN 5-8018-0203-7 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

10. Кондрашов, В. М. Управление продажами: учеб. пособие для вузов/ В. М. Кондрашов; под ред. В. Я. Горфинкеля. - М.: ЮНИТИ, 2007. - 319 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 313-316 (101 назв.) и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-238-01259-9: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

11. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учеб. пособие для вузов/ В. М. Кондрашов; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования, Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - М.: Вуз. учеб., 2007. - 278,[10] с.: ил., табл., граф.. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 (61 назв.). Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

12. Кузнецов, И. Н. Управление продажами: учеб.-практ. пособие/ И. Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К°, 2007. - 491 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - Библиогр.: с. 489-491 (71 назв.). - ISBN 978-5-91121-369-2 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

13. Ли, К. Создание клиентской базы: пошаговое руководство по превращению контактов в деньги/ Кендра Ли ; пер. с англ.[А. В. Болдышева]. - М.; СПб.: Вершина, 2006. - 359 с.: ил., табл.. - Предм. указ.: с. 354-359. - ISBN 5-9626-0016-9. - ISBN 1-4195-0825-3: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

14. Маркова, М. В. Психология продаж: учеб.-метод. комплекс/ М. В. Маркова, А. Г. Иванова; Междунар. консорциум "Электрон. ун-т", Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики, Евраз. открытый ин-т. - Москва: ЕАОИ, 2010. - 1 on-line, 228 с.. - Библиогр.: с. 227-228 (31 назв.). *(Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1))*

15. Нердингер, Ф. В. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентом: [пер. с нем.]/ Фридерманн В. Нердингер. - Харьков: Гуманитар. Центр, 2004. - 178, [2] с.: ил.. - (Организационная психология). - Библиогр.: с. 170-177. - ISBN 3-8017-1476-4. - ISBN 966-8324-08-0 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

16. Назаров, А. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает/ Алексей Назаров, Ольга Будовская. - Санкт-Петербург; Москва; Екатеринбург: Питер, 2017. - 379,[1] с.: ил. - (Практика лучших бизнес-тренеров России). - Библиогр.: с. 379-380 (18 назв.). - ISBN 978-5-496-02513-3: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

17. Ребрик, С. Б. Тренинг профессиональных продаж. Техники продаж. Обслуживание экстра-класса. НЛП в продажах. Управление продажами. Телемаркетинг. Психология продаж. Менеджмент. Маркетинг, мерчандайзинг/ С. Б. Ребрик. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. - 208 с.: ил.. - (Золотые стандарты в бизнесе). - ISBN 5-04-007994-X Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

18. Солтицкая, Т. А. Тренинг продаж: учеб. пособие/ С.-Петерб. гос. ун-т., Высш. шк. менеджмента. - 4-е изд.. - СПб.: Высш. шк. менеджмента: Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. - 211 с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

19. Трейси, Б. Полное руководство для менеджера по продажам: Как управлять процессом продажи/ Б.Трейси,Ф.М.Шелен;Пер.с англ.. - Минск: Попурри, 2002. - 223 с. - (Бизнес-нестандартно!). - ISBN 3-409-19575-0. - ISBN 985-438-563-9 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

7.4. Нормативные документы

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).
7. <http://www.aup.ru/> - библиотека административно-управленческого портала.
8. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
9. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
10. <http://www.worldscinet.com> - международные научные журналы издательства World Scientific Publishing
11. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
12. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
13. <http://www.usconsult.ru/biblio.html> - библиотека розничной торговли
14. <http://eup.ru/Catalog/63-All.asp> - электронная библиотека «Экономика и управление на предприятии»
15. <http://www.koob.ru> – электронная библиотека
16. <http://www.wto.ru/russia.asp?f=target&t=9> – Россия и ВТО
17. http://www.ved.gov.ru/vnesheconom/vto/russia_vto/ - Министерство экономического развития РФ
18. (<http://www.minfin.ru/ru/> - Министерство финансов РФ
19. <http://standartgost.ru/> - ГОСТы РФ
20. <http://рспп.рф/> - Российский союз промышленников и предпринимателей

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Практические занятия предполагают пробацию теоретического материала на конкретных индивидуальных или групповых проектах.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)
3. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
4. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
5. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
6. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Приложение 1

БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА

Методические указания
к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Управление продажами»

Калининград 2023

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цель курсовой работы - систематизировать, закрепить и расширить теоретические и практические знания студентов по управлению продажами и применению их при решении конкретных задач в реальных условиях исследуемой деятельности, а также формирование системного подхода к управлению продажами, как технологии и инструменту управления организацией с целью обеспечения качества (успешности) ее деятельности.

Задачами курсовой работы являются:

1. выбрать объект исследования и дать его характеристику в рамках выбранной темы;
2. выявить ключевые аспекты, влияющие на успех продаж в исследуемой организации;
3. выбрать методику для анализа процессов продаж в исследуемой организации;
4. провести диагностику и анализ качества содержательного элемента продаж объекта исследования;
5. выявить проблемы при функционировании объекта в рамках управления продажами с указанием причин, возможных последствий, предложить решения по совершенствованию методов и процессов управления продажами на исследуемом объекте;

2. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является завершающим этапом изучения дисциплины «Управление продажами» и выполняется на базе конкретного предприятия (организации).

Курсовая работа может не содержать отдельный теоретический раздел, при этом, в процессе описания автором выбранной методики анализа аспектов управления продажами, обязательны ссылки на источники, а так же краткий обзор используемых методик.

Исследовательская (аналитическая) часть курсовой работы может быть построена на основе анализа аналогичного отечественного или зарубежного опыта работы, выдвижения гипотез развития событий, прогнозирования ожидаемых результатов, анализа текущего состояния, формулировки проблем.

Проектный раздел работы должен содержать описание мероприятий, структурные и количественные изменения, которые они повлекут за собой.

Курсовая работа по управлению продажами должна включать:

- ~ выбор объекта исследования;
- ~ разработку выбранной темы и структурирование материала по ней;
- ~ анализ качества функционирования исследуемого объекта;
- ~ выявление проблем и критических областей в функционировании объекта;
- ~ предложение проектных решений;
- ~ предложения направлений развития исследуемого объекта с учетом проведенного анализ.

Требования к выполнению курсовой работы

1. Использование информационной базы: статистический материал по экономическим процессам, нормативно-правовые документы, статистика продаж объекта исследования за три года, данные внутреннего и внешнего аудитов, сотрудники организации, миссия и цели предприятия, реализуемые стратегии и т. п.

2. Применение приемлемых в рамках выбранной темы методов для анализа управления продажами объекта.

3. Оформление курсовой работы в соответствии с требованиями и правилами, предъявляемыми к курсовым проектам (работам).

Процесс подготовки и защиты курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов.

1. Выбор темы и объекта исследования.
2. Постановка цели и задач исследования.
3. Подбор и изучение источников информации в соответствии с выбранной темой (учебники; монографии; журналы; интернет-сайты; документы, содержащие данные статистического, оперативного, управленческого учета и отчетности; нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность объектов исследования и др.).
4. Разработка структуры курсовой работы.
5. Согласование структуры курсовой работы с научным руководителем.
6. Изучение теоретических аспектов в рамках выбранной темы исследования.
7. Проведение анализа управления продажами исследуемого объекта и разработка решений по улучшению управления продажами объекта исследования.
8. Подготовка к защите курсовой работы.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ:

За время изучения дисциплины студент выбирает интересующую его тему для исследования в рамках рекомендаций руководителя курсовой работы.

Допускается возможность самостоятельной формулировки темы курсовой работы с учетом интересов студента и в пределах научной и практической проблематики изучаемой дисциплины. При этом тема должна быть предварительно согласована с научным руководителем.

18. Совершенствование организационной структуры отдела продаж.
19. Эффективность используемых приемы продаж в организации.
20. Эффективность системы ответственность при продажах в организации.
21. Методическое обеспечение подготовки к продажам.
22. Применение и совершенствование навыков и умений для осуществления персональных продаж сотрудниками подразделений продаж в организации.
23. Эффективность процедур продаж в организации.
24. Анализ технологии продаж в организации
25. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
26. Управление клиентами в организации.
27. Преимущества при управлении клиентами
28. Эффективность моделей управления формированием отношений с клиентами.
29. Управление информацией о клиентах в организации.
30. Эффективность системы продаж на основе взаимоотношений с клиентами.
31. Использование тактических приемов продаж на основе взаимоотношений.
32. Методология использования писем-напоминаний в организации.
33. Использование способов проявления заботы о клиенте.
34. Применение в организации механизмов возвращения утерянных клиентов.

4. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа по дисциплине «Управление продажами» должна иметь следующую структуру:

Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.

Аналитическая часть (15-20 страниц): Аналитическая часть курсовой работы должна быть отражением теоретической части в «привязке» к объекту исследования. В разделе приводится описание предприятия, его статус, размеры, принципы управления, его экономическое положение, перспективы развития. Анализируется система обеспечения управления продажами, принятая на предприятии. Особое значение должно быть уделено результатам продаж. Раздел заканчивается выводом, в котором кратко констатируется: насколько успешно предприятие в процессе управления продажами.

Предложения по улучшению объекта исследования (10-12 страниц): Является одной из важнейших частей курсовой работы. Эта часть позволяет студенту показать свое умение творчески мыслить и находить оптимальное решение в устранении несоответствий, выявленных в ходе анализа функционирования объекта исследования. Здесь можно рассмотреть несколько вариантов проектных решений, давая обоснование каждому из них с позиции его сильных и слабых сторон. Затем необходимо выбрать наиболее приемлемые для исследуемого объекта с позиции используемых ресурсов и возможности реализации. В завершении необходимо сделать прогноз на развитие объекта исследования с учетом выполнения всех рекомендаций.

Заключение (2-3 страницы): Заключение является итогом проделанной работы над курсовой работой. В нем должны быть даны ответы на все поставленные вопросы и задачи в начале работы. Структура заключения включает следующие моменты: информацию об используемой методике и инструментарии анализа; краткие выводы по каждому разделу работы; краткое описание выявленных в ходе анализа проблем и критических областей в функционировании объекта исследования; описание предлагаемых решений по улучшению качества функционирования исследуемого объекта; возможны рекомендации для дальнейшего развития объекта исследования.

Список литературы (2-3 страницы): Библиографический список должен отражать полный перечень всех используемых материалов, включая информацию, взятую из Интернета. В нем должны быть как основные учебные пособия по теме, так и различные научные статьи, отражающие современные тенденции развития данного вида анализа. Студенту необходимо продемонстрировать умение находить, отбирать и анализировать информацию из разных источников. Список всех используемых источников должен включать не менее 20 наименований. Описание источников должно составляться в соответствии с требованиями к оформлению списка литературы.

Приложения (объем не ограничивается)

Объем курсовой работы не менее 30 и не более 40 страниц.

Оформление курсовой работы осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по оформлению курсовых работ.

Образец оформления титульного листа представлен в приложении А.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается на «Отлично», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Работа оформлена в полном соответствии с шаблоном и правилами оформления курсовых работ;
4. Содержание работы соответствует заданию;
5. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;

6. Работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной;
7. В списке литературы широко представлены авторитетные и актуальные источники по теме работы;
8. При защите курсовой работы студенты свободно ориентируются в ее содержании, дают необходимые пояснения.

Курсовая работа оценивается на «Хорошо», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Содержание работы соответствует заданию;
4. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
5. Работа актуальна, написана самостоятельно;
6. В списке литературы достаточно представлены важные и актуальные источники по теме работы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. В работе допущены отдельные незначительные нарушения правил оформления;
2. По отдельным важным аспектам темы отсутствуют самостоятельные выводы;
3. При защите курсовой работы студенты смогли ответить не на все поставленные вопросы, возникали затруднения при пояснении расчетов и пр. При этом было продемонстрировано овладение ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы.

Курсовая работа оценивается на «Удовлетворительно», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Отсутствуют грубые нарушения правил оформления курсовой работы;
3. В работе рассмотрены наиболее важные аспекты темы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Работа выполнена с нарушением графика, не защищена в установленный расписанием сессии срок;
2. В работе имеются многочисленные незначительные нарушения правил оформления;
3. Содержание работы частично не соответствует заданию;
4. Тема исследования раскрыта не полностью, выполнены не все поставленные задачи;
5. При защите курсовой работы студенты затруднялись при ответах на вопросы, допускали ошибки, не всегда могли пояснить расчеты и пр. Овладение на должном уровне ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы продемонстрировано не было.

Курсовая работа оценивается на «Неудовлетворительно», если имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет менее 60%;
2. Файл с курсовой работой при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта имеет статус «Подозрительный документ»;

3. В работе имеются грубые нарушения правил оформления, она не соответствует утвержденному шаблону;
4. Содержание работы не соответствует заданию;
5. Тема исследования не раскрыта;
6. Работа содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений;
7. При защите курсовой работы студенты продемонстрировали неудовлетворительный уровень овладения теоретическими, методологическими или практическими аспектами темы исследования.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА
КАНТА**

Высшая школа бизнеса и предпринимательства

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: « _____ »

по дисциплине «Управление продажами»

студента __ курса
направления _____,
профиль « _____ »

Иванова Сергея Николаевича

Научный руководитель:

К.э.н., доцент

Кашпаров Дмитрий Витальевич

Отметка о допуске к защите:

_____ « ____ » _____ 2023 г.

(Подпись)

Оценка по итогам защиты:

_____ « ____ » _____ 2023 г.

(Подпись)

Калининград 2023

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Бизнес-планирование»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Самостоятельная работа студентов	9
4.3. Примерная тематика курсовых работ	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	15
6.3.2 Задачи	22
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	29
6.3.4 Решение кейсов	34
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	43
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	46
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	47
7.1. Основная учебная литература	47
7.2. Дополнительная учебная литература	47
7.3. Для самостоятельного изучения	47
7.4. Нормативные документы	50

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	50
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	50
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	65
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	65
2. Методические указания по выполнению курсовой работы	68
5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература	68
2. Методические указания по выполнению курсовой работы	71
4. Требования к оформлению курсовой работы	75
5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература	79
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»	81
студента(ки) 4 курса.....	81
Ивановой Ирины Андреевны	81
_____ «__» _____ 2023 г.	81
подпись	81
Научный руководитель:.....	81
к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и территориального развития», _____	81
ФИО руководителя.....	81
_____ «__» _____ 2023 г.	81
подпись	81
Калининград 2023	81

Наименование дисциплины (модуля)

«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Бизнес-планирование» является формирование у студентов целостной системы знаний о принципах, методах и прикладном инструментарии бизнес-планирования деятельности предприятия как субъекта конкурентной среды.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения по дисциплине	Компетенции	
	Код	Содержание
Знать:	ОПК-4	Способен выявлять и

<ul style="list-style-type: none"> - основные теоретические положения, методы и методологию бизнес-планирования; - современные концепции, тенденции, мировой и отечественный опыт в области бизнес-планирования; - методики и этапы развития стартапа как модели коммерциализации технологий 		<p>оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать показатели и использовать методики составления разделов бизнес-плана; - методологию и организацию сбора, анализа и обработки информации, необходимой для осуществления процесса бизнес-планирования; - осуществлять расчеты экономической эффективности мероприятий по реализации бизнес-планов на основе современных методик и знаний, полученных в процессе обучения; - применять современные методы и приемы анализа и расчета показателей по каждому из разделов бизнес-плана по созданию и развитию нового бизнеса, направлений деятельности, расширения ассортимента продукции, по выведению на рынок нового продукта, модернизации и переоснащения производственных мощностей и т.п. 		
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарием и методами оценки эффективности коммерческой реализуемости бизнес-плана компании (создания собственного бизнеса); - технологией обработки научно-технической, нормативно-правовой и статистической документации на основе использования современных технических средств и информационных технологий; - методами генерирования бизнес-идей, создания бизнес-моделей, формализации бизнес-моделей и трансформации бизнес-модели в бизнес-план 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Бизнес-планирование» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.05.01) подготовки студентов по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
-------------	---------------------------	-------------------	------------------------

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования	60	6	16	8	25	5		
Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	63	8	17	8	25	5		
Тема 3. Производственный и организационный план	65	10	17	8	25	5		
Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	63	8	17	8	25	5		
Итого	252	32	67	32	100	20	0,35	0,65
Контактная работа	84,35	32		32		20	0,35	
Самостоятельная работа	167,65		67		100			0,65
Промежуточная аттестация	Экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1.1. Определение бизнес-плана, его роль в современном предпринимательстве. Отличие бизнес-плана от других плановых документов. Цели, задачи и функции бизнес-планирования. Участники процесса бизнес-планирования. Общие требования к бизнес-плану. Организация процесса бизнес-планирования.</p> <p>1.2. Основные разделы бизнес-плана. Зависимость структуры бизнес-плана от специфики деятельности, целей составления, размеров предприятия. Классификация бизнес-планов. Виды работ, выполняемых в процессе бизнес-планирования, их увязка со структурой бизнес-плана. Оформление бизнес-плана: титульный лист, аннотация, меморандум о конфиденциальности, оглавление.</p> <p>1.3. Порядок изложения концепции. Возможности использования резюме как рекламного документа и заявки на финансирование. Сведения о предприятии, указываемые в бизнес-плане. Методика оценки отраслевой среды. Роль и тенденции развития предприятия внутри отрасли. Формирование целей и стратегии развития предприятия. Проведение SWOT-анализа.</p>
2.	Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	<p>2.1. Определение типа рынка и проведение сегментирования. Оценка конъюнктуры рынка. Отбор целевых сегментов. Позиционирование рынка. Методология исследования рынка. Методы прогнозирования в бизнес-планировании.</p> <p>2.2. Методика оценки конкурентоспособности товара: расчет индекса нормативных, потребительских, экономических параметров и интегрального показателя конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>организации. Методы оценки конкурентоспособности: метод суммы мест, метод бальных оценок, метод построения профиля требований, метод бальных оценок с учетом коэффициентов весомости. Выявление конкурентных преимуществ и выбор конкурентной стратегии.</p> <p>2.3. Разработка и обоснование маркетинговой стратегии. Ассортиментная политика, создание новой продукции, стратегия предприятия в области качества, рыночная атрибутика товара. Формирование целей ценообразования, выбор метода ценообразования, выработка ценовой стратегии и тактики. Характеристика каналов сбыта товара. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций. Разработка бюджета маркетинга.</p>
3.	Производственный и организационный план	<p>3.1. Оценка потребности в основных производственных фондах. Формирование производственной программы. Планирование потребности в оборотных средствах. Расчет амортизационных отчислений. Определение потребности в материальных ресурсах, средствах на оплату труда. Расчет сметы затрат на производство. Составление календарного плана графика.</p> <p>3.2. Трудовой контракт на предприятии. Способы создания эффективной команды. Разработка штатного расписания. Организационная структура.</p>
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	<p>4.1. Потребность в инвестициях и источники их финансирования. Финансово-экономические результаты деятельности предприятия. Планирование основных финансовых показателей. Подготовка плановых документов методы финансового прогнозирования. Принципы оценки эффективности инвестиций: дисконтирование и расчет денежного потока. Расчет показателей чистой текущей стоимости, индекса прибыльности, периода окупаемости, внутренней нормы доходности.</p> <p>4.2. Классификация рисков. Анализ рисков. Оценка риска проекта. Оценка потерь риска. Методика оценки рисков проекта. Проведение анализа непротиворечивости мнений экспертов. Тип области риска проекта. Организационные меры по профилактике и нейтрализации рисков.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1) Вопросы для обсуждения:</p> <p>Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой.</p> <p>Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.</p> <p>Роль и место планирования в управлении предприятием.</p> <p>Планирование как наука и вид экономической деятельности.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования. Временные границы планирования. Экономический механизм управления предприятием. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Бизнес-план предприятия. 2) Решение кейсов. 3) Тестирование</p>
2.	<p>Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга</p>	<p>1) Вопросы для обсуждения: Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития рынка. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации. Сравнительный анализ эффективности методов реализации. Структура собственной торговой сети. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий. Реклама и продвижение товара на рынок. 2) Решение кейсов и задач. 3) Тестирование</p>
3.	<p>Производственный и организационный план</p>	<p>1) Вопросы для обсуждения: Производственный цикл. Производственные мощности. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности. Управленческая команда и персонал.</p> <p>2) Решение задач. 3) Тестирование</p>
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	<p>1) Вопросы для обсуждения: Финансы предпринимательской организации. Управление финансами: финансовый механизм, финансовые методы, финансовые ресурсы, финансовые рычаги. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: принципы и методы. Цели, задачи и функции финансового планирования. Содержание финансового плана. Анализ финансового положения. Планирование доходов и поступлений. Планирование расходов и отчислений. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски. Показатели риска и методы его оценки. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств. Анализ и планирование риска. Методы анализа.</p> <p>2) Решение кейсов и задач. 3) Тестирование</p>

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
-------	-------------------	-----------------

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1. Бизнес-план, его значение в становлении и развитии предпринимательской деятельности. Процесс становления предпринимательства. Сущность и содержание бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-плана.</p> <p>2. Организационно-правовые формы предпринимательских структур. Виды организационно-правовых форм. Хозяйственные товарищества. Общества. Акционерное общество. Производственный кооператив. Унитарные предприятия.</p> <p>3. Создание собственного бизнеса. Условия, необходимые для создания собственного дела. Регистрация юридических лиц.</p> <p>4. Этика и мораль предпринимательства. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя. Социальная ответственность и этика бизнеса. Проблемы лидерства и власти. Служебный этикет.</p> <p>5. Структура и содержание разделов бизнес-плана. Оформление и стиль бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана. Цель деятельности предприятия. Описание вида деятельности. Виды услуг. Типы конкурентных преимуществ.</p>
2.	Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	Задание: Разработать разделы 1-5 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)).
3.	Производственный и организационный план	Задание: Разработать разделы 6-7 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)) и расчетно-графической работы согласно макетам таблиц (Приложение 1-7).
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	Задание: Разработать разделы 8-9 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)) и расчетно-графической работы согласно макетам таблиц (Приложение 8-9).

4.3. Примерная тематика курсовых работ

Выбор темы курсовой работы осуществляется совместно обучающимся и руководителем. При этом обучающиеся могут выбрать одну тему из представленного ниже перечня:

1. Разработка бизнес-плана модернизации производства (структурного подразделения предприятия).

2. Разработка бизнес-плана повышения уровня использования производственной мощности.

3. Разработка бизнес-плана производства нового вида продукции (работ, услуг).

4. Разработка бизнес-плана развития предприятия.

5. Разработка бизнес-плана расширения ассортимента оказываемых услуг/работ.

6. Разработка бизнес-плана расширения торгового ассортимента.

7. Разработка бизнес-плана создания нового предприятия.

8. Разработка бизнес-плана увеличения объема реализации продукции/услуг/работ.

9. Разработка бизнес-плана увеличения объема товарооборота.

10. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы в Приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы	Индекс контролирует	Оценочные средства по этапам формирования компетенций	Способ контроля
---------------------------------------	----------------------------	--	------------------------

(темы) дисциплины	мой компетенции (или её части)	текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
Тема 3. Производственный и организационный план	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение задач		письменно устно
Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
	ОПК-4		Экзамен	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	- Знание современных тенденций проектного управления в экономике и развитии бизнеса. - Знание концептуальных основ теории, методологии, практики бизнес-планирования и использования программных средств разработки бизнес-планов. - Знание современных тенденций, моделей и этапов развития стартапов	1
2	- Способность составлять программу организационных изменений в компании. - Умение производить необходимые расчеты, маркетинговые исследования; выполнять анализ осуществимости бизнес-проекта, выявлять типичные ошибки и недостатки бизнес-плана. - Умение работать с информационной базой	2,3,4

	<p>статистического, нормативно-правового характера, данными рейтинговых агентств, официальными данными органов государственной власти.</p> <p>- Владеть методикой разработки и обоснования бизнес-плана создания и развития собственного бизнеса, новых направлений деятельности и инновационных продуктов; навыками разработки и принятия рациональных хозяйственных решений.</p>	
--	--	--

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основных этапов и моделей развития стартапов, разработки инновационных предпринимательских проектов. Владение методами и технологиями оценки текущего уровня развития организации, готовности к изменениям, ее	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования. Умение самостоятельно разрабатывать основные разделы бизнес-плана.	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования. Умение самостоятельно разрабатывать основные разделы бизнес-плана. Владение навыками разработки рациональных хозяйственных	Реферат, тестирование, кейсы, ситуационные задания, бизнес-план по созданию собственного бизнеса, экзамен

технологии внедрения инноваций и культуры совершенствования. Уметь применять понятийно-категориальный аппарат, методический инструментарий реализации управленческих решений экономического и менеджерального характера			решений. Навыки работы с нормативно-правовой базой, финансовой и экономической информации. Навыки использования программных средств разработки бизнес-планов.	
--	--	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и

сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		практическом навыке	высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	---------------------	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Варианты ответов

Что такое бизнес-план?

1. финансовый план
2. план снабжения и сбыта
3. план развития предприятия, необходимый для освоения новых сфер деятельности предприятия
4. набор мероприятий

Какая из ниже перечисленных целей относится к основным финансовым целям предприятия?	<ol style="list-style-type: none"> 1. повышение объема производства 2. получение максимально возможной прибыли 3. снижение товарно-материальных запасов 4. повышение заработной платы работникам предприятия
Какие проблемы НЕ решает бизнес-план?	<ol style="list-style-type: none"> 1. определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности 2. конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей 3. привлекает внимание и интерес, обеспечивает поддержку со стороны потенциальных инвесторов предприятия 4. гарантирует получение инвестиций
Используется ли бизнес-план как инструмент процесса приватизации?	<ol style="list-style-type: none"> 1. используется 2. не используется 3. используется, по решению собственников предприятия 4. используется, по решению органа приватизации
Главное отличие бизнес-плана от ТЭО (технико-экономическое обоснование) заключается в том что,	<ol style="list-style-type: none"> 1. в структуре ТЭО особый акцент сделан на место расположения предприятия 2. ТЭО - это специфический плановый документ для создания и развития промышленных объектов, а коммерческие, рыночные проблемы будущего бизнеса в нем почти не раскрыты 3. ТЭО - это специфический плановый документ для создания и развития промышленных объектов с подробным раскрытием коммерческих, рыночных проблем будущего бизнеса 4. в структуре ТЭО особый акцент сделан на организацию предприятия
Внешними потребителями бизнес-плана являются	<ol style="list-style-type: none"> 1. банки, инвестиционные фонды; областные исполнительные комитеты администраций, 2. администрации СЭЗ, кредиторы 3. иностранные инвесторы, 4. банки, инвестиционные фонды; областные исполнительные комитеты администраций, Государственный комитет имущества, Городские центры занятости, администрации СЭЗ, иностранные инвесторы.
Особенностью бизнес-плана является то, что	<ol style="list-style-type: none"> 1. он представляет собой разновидность стратегического и тактического плана в зависимости от типа бизнес-плана 2. это оперативный план производственно-хозяйственной деятельности 3. это стратегический план. 4. он разрабатывается периодически
Бизнес-план	<ol style="list-style-type: none"> 1. для выработки стратегии выживания предприятия;

развития
(финансового
оздоровления)
предприятия
служит

2. составления плана проведения реорганизационных процедур;
3. организации управления предприятием в условиях кризиса или в его предвидении;
4. нет правильного ответа.

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Активная рекламная кампания прежде всего способствует

1. росту оборота предприятия
2. росту рынка в целом
3. росту прибыли предприятия
4. росту налоговых выплат предприятия

На какую величину влияет цена продукции, установленная предприятием

1. на скорость оборота средств
2. на величину постоянных затрат
3. на рынок в целом
4. на величину переменных затрат

Что такое спрос на продукцию предприятия?

1. количество обращений покупателей на предприятие в течение определенного периода
2. количество продукции, реализуемой предприятием за определенный период
3. количество товара, закупаемого предприятием за определенный период
4. количество произведенной продукции предприятием за определенный период

Что такое конкурентоспособность товара?

1. это совокупность ее свойств, включая качественные характеристики и цену, которые превосходят аналогичные свойства товаров-конкурентов
2. способность товара быть проданным
3. способность производителя произвести товара
4. способность производителя сделать рекламу товару

Активная рекламная кампания прежде всего способствует

5. росту оборота предприятия
6. росту рынка в целом
7. росту прибыли предприятия
8. росту налоговых выплат предприятия

На какую величину влияет цена

5. на скорость оборота средств
6. на величину постоянных затрат

продукции, установленная предприятием	7. на рынок в целом 8. на величину переменных затрат
Что такое спрос на продукцию предприятия?	5. количество обращений покупателей на предприятие в течение определенного периода 6. количество продукции, реализуемой предприятием за определенный период 7. количество товара, закупаемого предприятием за определенный период 8. количество произведенной продукции предприятием за определенный период
Что такое конкуренция?	1. производство товаров с наименьшими издержками 2. соперничество между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта 3. продажа товаров на рынках 4. реклама товаров на рынках
Раздел бизнес-плана «Стратегия маркетинга» включает стратегии	1. по конкурентным преимуществам предприятия 2. по комплексу маркетинга 3. сегментирования рынка и позиционирования товара, товарную, ценовую, сбытовую, коммуникационную стратегии 4. нет правильного ответа

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Какова основная цель подготовки раздела "Производственный план" бизнес- плана?	1. обосновать место производства продукции 2. обосновать производство продукции в необходимых объемах, нужные сроки и требуемого качества 3. обосновать разработку продукции 4. обосновать организационную структуру предприятия
Что позволяет определить анализ безубыточности?	1. найти точку безубыточности, начиная с которой продажа товаров или услуг начнет давать прибыль 2. найти объем продаж продукции 3. найти объем затрат на производство продукции 4. минимизировать налоговые выплаты
Как влияет	1. уменьшает

снижение переменных (прямых) затрат на изменение постоянных затрат?

2. напрямую не влияет
3. увеличивает
4. влияет незначительно

По какому принципу предприятие, имеющее ограниченные ресурсы, должно выбирать ассортимент выпускаемой продукции?

1. по принципу равного распределения ресурсов на весь ассортимент
2. ресурсы направляются на производство продукции, требующей незначительных затрат
3. ресурсы направляются в первую очередь на производство самой прибыльной продукции
4. ресурсы направляются в первую очередь на производство самой материалоёмкой продукции

Раздел «План по энергосбережению» содержит:

1. расчет целевого показателя по энергосбережению
2. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, Срок окупаемости, Объем финансирования, Источники финансирования, Дату внедрения мероприятий, план по целевому показателю по энергосбережению.
3. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, план по целевому показателю по энергосбережению
4. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, количество энергосберегающих технологий

Программа производства и реализации продукции включает

1. годовой объем производства в натуральном и стоимостном выражении
2. выручку от реализации продукции
3. использование производственных мощностей, годовой объем производства в натуральном и стоимостном выражении, выручку от реализации продукции, удельный вес реализуемой продукции по рынкам сбыта
4. все ответы верны

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

<p>Собственные оборотные средства (чистый оборотный капитал) рассчитывается как</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. разница между суммами текущих активов и текущих пассивов 2. разница между суммами уставного капитала и долгосрочным заемным капиталом 3. разница между суммами основных средств и суммой фондов, создаваемых предприятием 4. разница между суммами долгосрочных активов и текущих активов
<p>Какова основная цель подготовки раздела "Инвестиционный план" бизнес-плана?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. обосновать, какие оборотные средства (оборотный капитал) необходимы для реализации предполагаемого проекта 2. обосновать, какие кредитные ресурсы необходимы для реализации предполагаемого проекта 3. обосновать, какое оборудование необходимо для реализации предполагаемого проекта 4. обосновать, какие инвестиции необходимы для реализации предполагаемого проекта
<p>Инвестиционные проекты называются независимыми, если</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. они не могут быть реализованы одновременно 2. решение о принятии одного из них не влияет на решение о принятии другого 3. принятие нового проекта способствует росту доходов по одному или нескольким действующим проектам 4. они могут быть реализованы только последовательно
<p>Инвестиционные проекты называются альтернативными, если:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. принятие нового проекта способствует росту доходности по одному или нескольким другим проектам 2. принятие нового проекта приводит к некоторому снижению доходов по одному или нескольким действующим проектам 3. они не могут быть реализованы одновременно 4. они могут реализовываться наряду с другими проектами
<p>Какие инвестиционные проекты являются наименее рискованными?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. проекты, в разработке которых принимают участие опытные эксперты 2. проекты, выполняемые по государственному заказу 3. проекты, связанные с созданием новых производств и технологий 4. проекты, финансируемые за счет кредитных ресурсов
<p>Какие инвестиционные проекты являются наиболее рискованными?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. проекты, в разработке которых не принимают участие опытные эксперты 2. проекты, связанные с созданием новых (венчурных) производств и технологий 3. долгосрочные проекты, у которых время окупаемости велико 4. проекты, финансируемые за счет кредитных ресурсов
<p>Какая из стадий цикла</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. принятие решения о реализации проекта 2. разработка проектной документации

разработки инвестиционно-го проекта является начальной?	3. выявление возможностей инвестирования (проектные идеи)
Что не входит в круг вопросов инвестиционной политики предприятия?	4. реализация проекта
Какой критерий рекомендуется брать за основу в случае противоречия по различным критериям?	1. формулирование долгосрочных целей его деятельности
Какова основная цель составления плана доходов и расходов?	2. поиск новых перспективных сфер приложения свободного капитала
Какова основная цель составления плана движения денежных средств?	3. оценка альтернативных проектов
Для чего проводится анализ движения денежных средств?	4. принятие решения о выплате дивидендов
Что является признаком финансовой не реализуемости плана в рассматриваемый период времени (например, на пятый месяц реализации проекта)?	1. НДС
	2. ЧДД
	3. ИР
	4. $T_{ок}$
	1. показать, как будет формироваться и изменяться прибыль в ходе реализации проекта
	2. определить состав затрат на производство продукции
	3. определить налоговые выплаты в ходе реализации проекта
	4. прогнозный объем продаж продукции
	1. определить будущие поступления денежных средств
	2. сопоставить ожидаемые поступления и выплаты денежных средств, определить будущую ликвидность предприятия в процессе реализации проекта
	3. определить будущие выплаты денежных средств
	4. определить потребность в финансировании оборотных средств
	1. для оценки прибыли
	2. для оценки наличия денежных средств в распоряжении предприятия
	3. для составления бухгалтерской отчетности
	4. для оценки затрат
	1. разность поступлений и выплат в рассматриваемый период (за 5-ый месяц) отрицательна
	2. сумма поступлений за предшествующие периоды меньше, чем сумма платежей за такие периоды
	3. наличие денежных средств в рассматриваемый период (на 5-ый месяц) отрицательно
	4. в рассматриваемый период (5-ый месяц) необходимо погасить кредит

<p>Каким рекомендациям целесообразно следовать при получении кредита в банке?</p> <p>Какие из перечисленных условий являются показателями целесообразности обращения за кредитом в банк?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. получать кредит в возможно более поздний срок (перед началом периода с дефицитом наличия оборотных средств) 2. получать кредит в начале планового периода 3. погашать кредит в конце отчетного периода 4. получать кредит в первую очередь на приобретение основных средств <ol style="list-style-type: none"> 1. разность между наличием денежных средств на конец и на начало планового периода положительна 2. получение кредита обеспечивает устранение дефицита оборотных средств в рассматриваемый период, но приводит к его существенному возрастанию в будущем 3. расчетная прибыль на единицу кредитных средств (в %) минус процент за кредит положительна 4. возможность получать и погашать кредит по частям
--	---

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Объем реализации услуг фирмы «Гарант», специализирующейся на ремонте телерадиоаппаратуры, составляет 20465 шт. В городе действуют еще 4 предприятия, оказывающие данные виды услуг, с общим объемом реализации 41761 шт. Численность жителей города – 250 000 человек. Средний размер семьи – 3,1 чел. Обеспеченность телерадиоаппаратурой на 100 семей – 220 единиц. Коэффициент ремонта – 0,4.

Дайте прогноз рынка сбыта услуг по ремонту телерадиоаппаратуры, используя метод стандартного распределения вероятностей. Дайте прогнозную оценку объема реализации фирмы «Гарант».

Задача 2. На рынке общий оборот услуг по пошиву и ремонту одежды составил 14 млн.руб. Оборот предприятия в общем обороте 5 млн.руб. Результаты проведения маркетингового исследования рынка показали, что на этом рынке оборот можно повысить до 20 млн. руб., если заинтересовать потенциальных покупателей. Какова доля этого предприятия на рынке? Каковы потенциал рынка, потенциал сбыта предприятия? Какой потенциал уже использован?

Задача 3. Население города обслуживают пять фирм по пошиву одежды с объемом реализации:

1 фирма – 200 тыс.руб.

2 фирма – 730 тыс.руб.

3 фирма – 125 тыс.руб.

4 фирма – 573 тыс.руб.

5 фирма – 330 тыс.руб.

Определить емкость рынка, доля рынка для каждой фирмы. Возможно ли увеличение емкости рынка, если платежеспособный спрос населения на данный вид услуг, по данным опроса экспертов, составил 2 500 000 рублей.

Задача 4. В бизнес-плане определена цель: обойти конкурирующую фирму по показателю доли рынка. Определить, достигнута ли цель, если общий объем рынка по данному товару составляет 3 900 000 рублей. Доля рынка фирмы – 22 %, доля конкурента – 25 %. В анализируемом периоде фирмой дополнительно реализовано 1120 изделий по цене 125 руб. за шт., а объем реализации фирмы-конкурента увеличился на 2 %.

Задача 5. Малое предприятие, специализирующееся на выпуске кожгалантереи, разрабатывает бизнес-план изготовления новой модели женской сумочки. Определить, сможет ли данное предприятие реализовать новую продукцию в минимальные сроки, если объем производства составит 17 000 изделий, реализацию продукции предлагается производить в городе с населением 300 000 человек. Потребители-новаторы составляют 5 %.

Задача 6. Определить величину спроса на услуги по ремонту автомобилей, если коэффициент аварийности составляет 0,3, обеспеченность автомобилями 380 шт. на 1000 жителей. Численность жителей города 800 000 человек.

Задача 7. В бизнес-плане предприятия по изготовлению детской одежды необходимо предложить наиболее привлекательный сегмент рынка по количественным параметрам, если известно, что, по данным экспертного опроса, спрос на данный вид продукции в каждом из трех микрорайонов города составил:

1-й микрорайон – 140 тыс. руб.

2-й микрорайон – 420 тыс. руб.

3-й микрорайон – 560 тыс. руб.

Ни одна аналогичная фирма не обслуживает 1-й микрорайон, во 2-м микрорайоне действует два аналогичных предприятия с годовым объемом продаж, равным 225 тыс. руб., а в 3-м микрорайоне – предприятие с годовым объемом продаж 437 тыс. руб.

Задача 8. Известны технические и экономические параметры грузовиков фирм «ФИАТ» и «Мерседес»:

№	Параметры	Коэффициенты весомости	«Фиат»	«Мерседес»
---	-----------	---------------------------	--------	------------

		параметров		
	Технические			
1.	Грузоподъемность, кг	0,35	2750	2750
2.	Полная масса, кг	0,15	5200	5200
3.	Максимальная скорость, км/ч	0,2	97	98
4.	Пробег шин, тыс. км	0,3	50	50
	Экономические			
1.	Прейскурантная цена, евро	0,5	24 000	25 000
2.	Топливо, евро/год	0,15	4950	6 000
3.	Смазочные материалы, евро/год	0,1	594	700
4.	Стоимость одного комплекта шин, евро/год	0,1	1080	1090
5.	Техобслуживание, евро/год	0,1	4109	4750
6.	Прочие расходы, евро/год	0,05	990	1000

Задача 9. В процессе бизнес-планирования необходимо дать оценку деятельности фирм-конкурентов, специализирующихся на оказании парикмахерских услуг. Для решения данной задачи воспользуйтесь методами: суммы мест, балльной оценки, профиля требований, балльной оценки с учетом коэффициентов весомости. Оцените уровень конкурентоспособности «Салона красоты».

Показатель	«Салон красоты»	Конкуренты	
		«Универсаль»	«Стиль»
Объем реализации, тыс. руб.	916,5	810,2	405,6
Качество услуг	Удовлетворительное	хорошее	хорошее
Использование прогрессивных технологий	Не использ.	использ.	использ.
Культура обслуживания	низкая	высокий	высокий
Рентабельность услуг	15	18	20

Задача 10. Выполните оценку конкурентоспособности услуг по пошиву женского пальто по индивидуальным заказам населения фирмы «Силуэт» с использованием исходных данных, представленных в таблице методами: суммы мест, балльной оценки, профиля требований, балльной оценки с учетом коэффициентов весомости.

Показатель	«Силуэт»	Конкуренты	
		«Светлана»	«Стиль»
Доля рынка, %	60	30	10
Рентабельность услуг	20	20	15
Средневзвешенная цена	110	115	126
Качество услуг	среднее	высокое	среднее
Срок исполнения заказов, дни	10	8	6
Уровень известности фирмы	Хорошо известны	известны	малоизвестны
Расходы на рекламу	10 800	5 400	1 800

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Определить объем товарной и реализованной продукции.

Исходные данные:

1. Сдано готовых изделий на склад для реализации на сумму 50 млн.. руб.
2. Прочая продукция для реализации другим предприятиям — 2,5 млн.. руб.
3. Стоимость оказанных услуг другим предприятиям — 0,84 млн.. руб.
4. Стоимость полуфабрикатов для реализации другим предприятиям — 0,68 млн.. руб.
5. Остатки готовой продукции на складе: на начало года — 0,48 млн.. руб.; на конец года — 0,54 млн.. руб.

Задача 2. Определить коэффициент использования среднегодовой производственной мощности предприятия.

Исходные данные. Годовой объем выпуска продукции 3000 млн. руб., входная производственная мощность — 3500 млн. руб. В конце февраля введена дополнительная производственная мощность — 900 млн. руб., в конце сентября выведена производственная мощность — 4000 млн. руб.

Задача 3. Определить производственную мощность участка, его резерв (потребность) в оборудовании по группам.

Исходные данные.

На специализированном участке механической обработки изготавливаются детали типа «вал». Работает участок в две смены по 8 ч 250 дней в году, из них 6 дней с сокращенной продолжительностью на 1 ч. На ремонт оборудования планируется 5 % номинального фонда времени. Количество оборудования по группам и нормы времени приведены в таблице:

Наименование групп оборудования	Количество оборудования, шт.	Норма времени на обработку среднего вала, мин.	Средний коэффициент выполнения норм
Токарная	10	25	1,015
Сверлильная	5	15	1,1
Фрезерная	7	20	1,12

Определите производственную мощность цеха и коэффициент использования мощности при следующих условиях. Количество однотипных станков в цехе 100 ед., с 1 ноября установлено еще 30 ед., с 1 мая выбыло 6 ед., число рабочих дней в году - 258, режим работы — двухсменный, продолжительность смены — 8 ч, регламентированный процент простоев на ремонт оборудования — 6%, производительность одного станка — 5 деталей в час; план выпуска за год — 1 700 000 деталей.

Задача 4. Определите объем валовой, товарной и реализованной продукции по следующим данным: стоимость готовых изделий для реализации на сторону — 59,5 тыс. руб.; стоимость оказанных услуг на сторону — 10,5 тыс. руб.; стоимость незавершенного

производства: на начало года — 15, 9 тыс. руб.; на конец года — 4,4 тыс. руб.; стоимость (остатки) готовой продукции на складе: на начало года — 13,0 тыс. руб.; на конец года — 20,7 тыс. руб.

Задача 5. Предприятие, которое оснащено 500 станками, работает с выходными и праздничными днями (254 дня) в 2 смены по 8,2 ч каждая. Время остановки оборудования на плановый ремонт — 41 тыс. станко-часов. Определите календарный, режимный и плановый фонды времени установленного оборудования на год. **Задача 4.** Режим работы цеха — 256 дней в году: в 2 смены по 8 ч каждая. Потери времени на плановый ремонт составляют 2%. В цехе — 40 станков. Трудоемкость изготовления единицы изделия — 30 мин; план цеха по производству изделий на год — 78 тыс. шт. Определите мощность цеха и коэффициент загрузки оборудования.

Задача 6. Определите коэффициент экстенсивного, интенсивного и интегрального использования оборудования по следующим данным:

Показатели	План	Отчет
Выпуск продукции, тыс. руб.	10200	10883
Машино-часы, отработанные оборудованием, тыс. машино-часов	208	201

Задача 7. На 1 января производственная мощность цеха составляла 11 тыс. изделий. По плану реконструкции с 1 апреля мощность цеха увеличивается на 1 тыс. изделий, а в сентябре еще на 300. Определите входную, выходную и среднегодовую производственную мощность.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Предприятие требует как минимум 14 процентов отдачи при инвестировании собственных средств. В настоящее время предприятие располагает возможностью купить новое оборудование стоимостью \$84,900. Использование этого оборудования позволит увеличить объем выпускаемой продукции, что в конечном итоге приведет к \$15,000 дополнительного годового денежного дохода в течение 15 лет использования оборудования. Вычислите чистое современное значение проекта, предположив нулевую остаточную стоимость оборудования через 15 лет.

Задача 2. Предприятие планирует новые капитальные вложения в течение двух лет: \$120,000 в первом году и \$70,000 - во втором. Инвестиционный проект рассчитан на 8 лет с полным освоением вновь введенных мощностей лишь на пятом году, когда планируемый годовой чистый денежный доход составит \$62,000. Нарастание чистого годового денежного дохода в первые четыре года по плану составит 30%, 50%, 70%, 90% соответственно по годам от первого до четвертого. Предприятие требует как минимум 16 процентов отдачи при инвестировании денежных средств.

Необходимо определить чистое современное значение инвестиционного проекта, дисконтированный срок окупаемости.

Задача 3. Предприятие имеет два варианта инвестирования имеющихся у него \$100,000. В первом варианте предприятие вкладывает в основные средства, приобретая новое оборудование, которое через 6 лет (срок инвестиционного проекта) может быть продано за \$8,000; чистый годовой денежный доход от такой инвестиции оценивается в \$21,000.

Согласно второму варианту предприятие может инвестировать деньги в рабочий капитал (товарно-материальные запасы, увеличение дебиторских) и это позволит получать \$16,000 годового чистого денежного дохода в течение тех же шести лет. Необходимо учесть, что по окончании этого периода рабочий капитал высвобождается (продаются товарно-материальные запасы, закрываются дебиторские счета).

Какой вариант следует предпочесть, если предприятие рассчитывает на 12% отдачи на инвестируемые им денежные средства? Воспользоваться методом чистого современного значения.

Задача 4. Предприятие планирует крупный инвестиционный проект, предусматривающий приобретение основных средств и капитальный ремонт оборудования, а также вложения в оборотные средства по следующей схеме:

\$130,000 - исходная инвестиция до начала проекта;

\$25,000 - инвестирование в оборотные средства в первом году;

\$20,000 - инвестирование в оборотные средства во втором году;

\$15,000 - дополнительные инвестиции в оборудование на пятом году;

\$10,000 - затраты на капитальный ремонт на шестом году.

В конце инвестиционного проекта предприятие рассчитывает реализовать оставшиеся основные средства по их балансовой стоимости \$25,000 и высвободить часть оборотных средств стоимостью \$35,000.

Результатом инвестиционного проекта должны служить следующие чистые (т.е. после уплаты налогов) денежные доходы:

1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
\$20,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$50,000	\$50,000	\$20,0	\$10,00

Необходимо рассчитать чистое современное значение инвестиционного проекта и сделать вывод о его эффективности при условии 12-ти процентной требуемой прибыльности предприятия на свои инвестиции.

Задача 5. Предприятие планирует новые капитальные вложения в течение трех лет: \$90,000 в первом году, \$70,000 - во втором и \$50,000 - третьем. Инвестиционный проект рассчитан на 10 лет с полным освоением вновь введенных мощностей лишь на пятом году, когда планируемый годовой чистый денежный доход составит \$75,000. Нарастание чистого годового денежного дохода в первые четыре года по плану составит 40%, 50%, 70%, 90% соответственно по годам от первого до четвертого. Предприятие требует как минимум 18 процентов отдачи при инвестировании денежных средств.

Необходимо определить

чистое современное значение инвестиционного проекта,

дисконтированный срок окупаемости.

Как изменится Ваше представление об эффективности проекта, если требуемый показатель отдачи составит 20%.

Задача 6. Предприятие имеет два варианта инвестирования имеющихся у него \$200,000. В первом варианте предприятие вкладывает в основные средства, приобретая новое оборудование, которое через 6 лет (срок инвестиционного проекта) может быть продано за \$14,000; чистый годовой денежный доход от такой инвестиции оценивается в \$53,000.

Согласно второму варианту предприятие может инвестировать деньги частично (\$40,000) в приобретение новой оснастки, а оставшуюся сумму в рабочий капитал (товарно-материальные запасы, увеличение дебиторских). Это позволит получать \$34,000 годового

чистого денежного дохода в течение тех же шести лет. Необходимо учесть, что по окончании этого периода рабочий капитал высвобождается (продаются товарно-материальные запасы, закрываются дебиторские счета).

Какой вариант следует предпочесть, если предприятие рассчитывает на 14% отдачи на инвестируемые им денежные средства? Воспользоваться методом чистого современного значения.

Задача 7. Предприятие рассматривает инвестиционный проект, предусматривающий приобретение основных средств и капитальный ремонт оборудования, а также вложения в оборотные средства по следующей схеме:

\$95,000 - исходная инвестиция до начала проекта;

\$15,000 - инвестирование в оборотные средства в первом году;

\$10,000 - инвестирование в оборотные средства во втором году;

\$10,000 - инвестирование в оборотные средства в третьем году;

\$8,000 - дополнительные инвестиции в оборудование на пятом году;

\$7,000 - затраты на капитальный ремонт на шестом году.

В конце инвестиционного проекта предприятие рассчитывает реализовать оставшиеся основные средства по их балансовой стоимости \$15,000 и высвободить оборотные средства.

Результатом инвестиционного проекта должны служить следующие чистые (т.е. после уплаты налогов) денежные доходы:

1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
\$15,000	\$25,000	\$30,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$30,000	\$20,000

Необходимо рассчитать чистое современное значение инвестиционного проекта и сделать вывод о его эффективности при условии 14-ти процентной требуемой прибыльности предприятия на свои инвестиции.

Задача 8. Проект, требующий инвестиций в размере \$160000, предполагает получение годового дохода в размере \$30000 на протяжении 15 лет. Оцените целесообразность такой инвестиции, если коэффициент дисконтирования - 15%.

Задача 9. Проект, рассчитанный на 15 лет, требует инвестиций в размере \$150000. В первые 5 лет никаких поступлений не ожидается, однако в последующие 10 лет ежегодный доход составит \$50000. Следует ли принять этот проект, если коэффициент дисконтирования равен 15%?

Задача 10. Анализируются проекты (\$):

	IC	C1	C2
А	-4000	2500	3000
Б	-2000	1200	1500

Ранжируйте проекты по критериям IRR, NPV, если $r = 10\%$.

Задача 11. Для каждого из нижеприведенных проектов рассчитайте NPV и IRR, если значение коэффициента дисконтирования равно 20%.

А	-370	-	-	-	-	1000
В	-240	60	60	60	60	-
С	-263,5	100	100	100	100	100

Задача 12. Проанализируйте два альтернативных проекта, если цена капитала 10%.

А	-100	120			
Б	-100	-	-	-	174

Задача 13. Сравните по критериям NPV, IRR два проекта, если стоимость капитала 13%:

А	-20000	7000	7000	7000	7000
Б	-25000	2500	5000	10000	20000

Задача 14. Величина требуемых инвестиций по проекту равна \$18000; предполагаемые доходы: в первый год - \$1500, в последующие 8 лет по \$3600 ежегодно. Оцените целесообразность принятия проекта, если стоимость капитала 10%.

Задача 15. Предприятие рассматривает целесообразность приобретения новой технологической линии. На рынке имеются две модели со следующими параметрами (\$)

	П1	П2
Цена	9500	13000
Генерируемый годовой доход	2100	2250
Срок эксплуатации	8 лет	12 лет
Ликвидационная стоимость	500	800
Требуемая норма доходности	11%	11%

Какой проект Вы предпочтете?

Задача 16. Оценка вероятности наступления рисков в проекте бизнес-плана выполнена с использованием метода экспертных оценок. Результаты опроса трех экспертов представлены в таблице.

Вероятность наступления рисков

Первый эксперт	Второй эксперт	Третий эксперт
75	50	75
50	25	25
25	25	50
0	0	25

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Понятие, виды и методы планирования.
2. Организация планирования на предприятии.
3. Бизнес-план как элемент экономической политики предприятия

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Концепция бизнеса (резюме): подходы к составлению. Описание предприятия и отрасли.
2. Исследование и анализ рынка сбыта. Методы прогнозирования в бизнес-планировании.
3. Оценка конкурентоспособности товаров и фирмы, разработка конкурентной стратегии.
4. План маркетинга: разработка маркетинговой стратегии, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Формирование производственной программы.
2. Смета затрат на производство.
3. Организационный план.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Особенности финансового плана как структурного раздела бизнес-плана.
2. Оценка эффективности инвестиций.
3. Методика анализа и оценки рисков в бизнес-планировании.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата;

Критерии	Показатели
	- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4 Решение кейсов

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №1. В какой момент и с чего начать работу по поиску инвестора?

Группа начинающих предпринимателей планирует реализовать проект по созданию онлайн-сервиса для ведения управленческого учёта малыми предприятиями, позволяющего клиентам сравнивать показатели собственного бизнеса со средними по аналогичным объектам. В текущий момент проект находится на pre-seed стадии – проводится предпроектная подготовка. Предприниматели планируют получить 100% финансирование у венчурного фонда, это их первый опыт по привлечению инвестиций. В какой момент и с чего начать работу с потенциальными инвесторами?

РЕШЕНИЕ:

Так как инициаторы проекта планируют полностью профинансировать проект за счет инвестиционных средств, Рекомендуется начать работу по поиску партнеров в максимально короткие сроки. Если бы предприниматели планировали вкладывать собственных средства, в том числе полученные в виде займов от родственников, друзей и т.д., то более целесообразно было бы попытаться самостоятельно довести проект до стадии прототипа (prototype) или работающего прототипа (working prototype). Это позволило бы получить более высокую оценку стоимости проекта, а значит сохранить более высокую долю в компании после получения инвестиций.

Перед началом общения с потенциальными инвесторами мы советуем подготовить тизер идеи – односторонний документ, раскрывающий концепцию проекта. Так как данный формат представления информации значительно ограничен по объему, стоит обдумывать каждое предложение и указывать только самое главное.

В качестве одного из вариантов можно рассмотреть следующую структуру данного документа:

- Идея
- Зарубежный (мировой) опыт
- Бизнес-модель
- Стратегия развития
- Команда

ИДЕЯ

3-4 предложения о вашем проекте, отражающих его суть, показывающих в чем его ценность для потребителей и почему реализацию проекта целесообразно начинать в

текущих рыночных условиях.

ЗАРУБЕЖНЫЙ (МИРОВОЙ) ОПЫТ.

Оптимальным является показать успешный опыт реализации подобных проектов в других странах или других отраслях, особенно если они были профинансированы профессиональными инвесторами.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ.

Схематическое описание того, на чем вы планируете зарабатывать деньги: механизмы привлечения клиентов и оказания услуг, источники получения выручки.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ. Здесь необходимо показать своё видение поэтапного развития проекта в краткосрочной перспективе (1 год), концептуальный вектор развития в среднесрочной (3 года) и, желательно, долгосрочной перспективах (10 лет).

КОМАНДА.

Приводите краткую профессиональную биографию и фото ключевых членов команды, указываете их роли в проекте. Команда для стартапа – это всегда самое главное, на что обращают внимание инвесторы: инвестировать в стартап – значит поверить в команду. При описании профессиональных биографий Рекомендуется приводить только те факты, которые могут характеризовать членов команды как людей, обладающих опытом и навыками, необходимыми для их роли в проекте.

Описанный выше подход позволит уже сейчас узнать мнение профессиональных инвесторов относительно вашего проекта, а также понять принципиальный интерес с их стороны. Учитывая, что это первый подобный опыт, вы также можете получить требования и рекомендации к инвестиционным документам: финансовой модели и бизнес-плану проекта.

КЕЙС №2. Как купить бизнес?

Начинающий предприниматель из Москвы планирует приобрести автомойку. Его инвестиционный бюджет ограничен суммой в 2 млн.. руб. Он планирует самостоятельно заниматься операционным управлением и вернуть вложенные средства за 12 месяцев. Как минимизировать риски и сделать выгодное приобретение?

РЕШЕНИЕ:

Рекомендуется разделить процесс приобретения бизнеса на 5 основных этапов.

1. ИЗУЧЕНИЕ.

Перед тем, как начинать процесс поиска потенциального объекта для приобретения рекомендуется подробно изучить данный вид бизнеса. Наиболее ценную информацию можно получить:

- на форумах профильных сайтов (www.avtomoika.com) и форумах, посвященных малому бизнесу (например, www.bishelp.ru);

- в компаниях, занимающихся открытием автомоек под ключ: под видом потенциального покупателя Вы можете постараться получить рекомендации о выборе местоположения, сезонности бизнеса, современном оборудовании, методике расчета прогнозных операционных и финансовых показателей и т.д.

Владение информацией не только позволит Вам минимизировать коммерческие риски при приобретении бизнеса, но и значительно усилит Вашу переговорную позицию.

2. ПОИСК

Поиск предложений можно осуществлять самостоятельно на крупных российских площадках по покупке-продаже бизнеса: www.bizzona.ru, www.biztorg.ru. Вы также можете привлечь к процессу поиска, а также остальным этапам сделки бизнес-брокера. В любом случае Вы должны понимать процесс и уметь оценивать привлекательность тех объектов, которые Вам предлагают.

В первую очередь Рекомендуется провести экспресс отбор объектов, подходящих установленным критериям: максимальная стоимость 2 млн.. руб., срок окупаемости не

более 12 месяцев. Следует отметить, что максимальная стоимость должна быть ниже 2 млн. руб., так как после приобретения объекта может возникнуть потребность инвестиций в его улучшение (мелкий ремонт, приобретение специализированного ПО и т.д.) и оборотный капитал. Необходимо также учесть расходы на подготовку сделки (как минимум оплату услуг юридических консультантов). Учитывая все выше сказанное, целесообразно снизить максимальную стоимость, например, до 1,7 млн. руб. Это означает, что среднемесячная чистая прибыль, необходимая для возврата только инвестиций в приобретение, должна быть не менее 140 тыс. руб. (в данном случае мы приравниваем чистый денежный поток к чистой прибыли). Данные параметры указываются в объявлениях о продаже бизнеса, поэтому Вы сможете самостоятельно отфильтровать нужные предложения на профильных интернет-площадках.

Далее необходимо проанализировать отобранные объекты с точки зрения местоположения, внешнего вида (по фотографиям), площади, кол-ва постов, наличия кафе или комнаты ожидания, шиномонтажа и т.д. По результатам анализа предложений Рекомендуется проранжировать отобранные объекты по уровню привлекательности и приступить к их выездному просмотру.

3. ОЦЕНКА.

Данный шаг включает в себя не только оценку справедливой стоимости рассматриваемых объектов, но и их коммерческих перспектив:

- оценка местоположения: анализ транспортных потоков, анализ района с точки зрения проживающего населения (численность, уровень дохода, количество ТС и т.д.) – большая часть данной информации находится в открытом доступе на <http://moscow.gks.ru/>;
- оценка локального рынка: анализ уровня концентрации автомоек в районе, анализ конкурентов и т.д.;
- экспресс оценка ключевых исторически операционных и финансовых показателей объекта по месяцам: количество клиентов, средний чек, выручка, операционные расходы и их укрупненная структура, чистая прибыль.

Получив информацию о стоимости оборудования и отделки от компаний, занимающихся открытием моек под ключ, Вы можете примерно оценить стоимость объекта, зная количество постов, площадь вспомогательных помещений, стоимость товарного запаса, а также сделав поправку на состояние помещений и оборудования. Полученная стоимость не будет включать в себя стоимость времени, которое текущий собственник потратил на организацию данного бизнеса, но зато позволит узнать, во сколько он оценивает свои труды. Необходимо отметить, что в большинстве случаев продавцы, выставяя цены, не задумываются об этом. Поэтому у Вас будет преимущество, и Вы сможете сравнивать все заинтересовавшие Вас объекты по размеру премии собственника за организацию бизнеса. Также можно обратить внимание на мультипликатор Стоимость/Среднемесячная чистая прибыль, то есть количество среднемесячных чистых прибылей, за которое собственник продает бизнес. Соответственно, чем ниже значение данного показателя, тем более выгодным является предложения при прочих равных условиях.

4. ЭКСПЕРТИЗА

Отобрав 1 или 2 объекта можно переходить к проведению технической, финансовой и юридической экспертизы бизнеса. В случае отсутствия специальных знаний Рекомендуется Вам привлечь к данному процессу профильных специалистов.

Ключевыми целями на данном этапе являются:

- проверить исправность работы оборудования и прочих технических систем;
- проверить уставные документы, основные договоры с контрагентами, право собственности на основные активы (оборудование), установить возможные претензии на объект и его элементы со стороны третьих лиц;
- подтвердить заявленные финансовые показатели, в том числе проверить дебиторскую и кредиторскую задолженности, проверить порядок начисления и уплаты налогов – оценить потенциальные налоговые риски.

Следует отметить, что часто в такого рода бизнесе бухгалтерская отчетность не соответствует реальному положению дел. Но практически в 100% случаев с высокой долей вероятности можно подтвердить показатели заявленные собственником с помощью управленческой отчетности. Если ее нет, то это риск, который Вам придется принять и учесть при определении цены приобретения бизнеса в переговорах.

5. СДЕЛКА.

В случае если экспертиза не выявила существенных рисков, сделавших приобретение объекта неприемлемым для Вас, необходимо переходить к согласованию цены, основных условий и структуры сделки (порядок оплаты, передачи документации и т.д.). Рекомендуется по возможности включить в договор купли-продажи максимальное количество условий защищающих Вас от потенциальных рисков, которые Вы установили в процессе экспертизы. Например, в случае возникновения претензий со стороны налоговых органов за предыдущие периоды, собственник обязуется содействовать процессу и в случае начисления налогов – возместить данные расходы.

После того как все условия и структура сделки согласованы, запускается юридический процесс перехода права собственности на объект.

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №3. Оцениваем объем рынка профессиональной косметики.

Мы, группа предпринимателей из г. Москва, планируем заняться дистрибьюцией профессиональной* косметики для лица и тела и на правах эксклюзивности вывести на российский рынок новый бренд. Как нам оценить объем потенциального рынка сбыта?

Для справки: *косметика, используемая для оказания эстетических и косметологических услуг профессиональными участниками данного рынка: салонами красоты, косметологическими салонами и т.д. Также существуют специальные (домашние) линии данной косметики, предназначенные для продажи профессиональными участниками своим клиентам.

РЕШЕНИЕ:

Дистрибьюция профессиональной косметики – это сегмент B2B, то есть в данном случае целевой аудиторией являются профессиональные участники рынка эстетических и косметологических услуг: салоны красоты, косметологические салоны, СПА-салоны и т.д. (далее, в общем, мы будем называть их Объекты). Бизнес данных компаний является локальным – значительная доля потребителей или проживает в непосредственной близости от Объекта или, по крайней мере, в том же населенном пункте. Таким образом, ключевыми рынками сбыта для профессиональной косметики в РФ являются города и городские округа, общее количество которых, согласно данным Росстат, составляет 1 100.

1. Определение географии рынка сбыта.

Изначально целесообразно определить географию рынка, то есть выделить города,

интересные для работы. В качестве параметра выбора можно использовать, например, численность населения. Данные можно взять с официального интернет-сайта Росстата, который делит города по указанному признаку на 10 групп. Также города можно самостоятельно разделить на несколько групп, например «более 1 млн. чел.» и «менее 1 млн. чел.», начать анализ с миллионников и, по итогам полученных результатов, принимать решение о продолжении исследования рынков более мелких городов или проведении их экспресс-анализа (в зависимости от доли миллионников в общем объеме рынка).

2. Определение общего количества объектов.

Оптимальным источником информации будет являться система 2GIS – лидер российского рынка local search. Отличительной чертой данной системы является актуальность информации (ежедневно сотрудники компании физически обходят города по вверенным им маршрутам и проверяют фактическое наличие объектов, добавленных в базу).

В результате выполнения данной части анализа вы должны определить общее количество Объектов в разбивке по городам, включенным в периметр исследования.

3. Сужение количества Объектов в соответствии с выбранным ценовым сегментом.

Как правило, каждый продукт относится к какому-либо из трёх ценовых сегментов: низкий (эконом), средний, высокий. В каждой отдельной отрасли также часто существует деление на подсегменты. Рекомендуется проводить анализ в рамках трех основных ценовых сегментов, так как более глубокое деление усложняет процесс распределения продуктов внутри сегментов, что значительно понижает эффективность затраченного времени. В данном случае есть два варианта разделения Объектов на ценовые сегменты:

1) На основании усредненных долей, полученных от экспертов рынка или из открытых источников информации (статьи, обзоры и т.д.). Применительно к рынку косметических и эстетических услуг вас могут устроить, например, следующие данные: 60% салонов красоты Москвы относятся к эконом сегменту, 30% – к среднему, 10% – к высокому. Данное или близкое распределение можно применить и к другим городам-миллионникам.

2) Проанализировать бренды косметики, используемые Объектами. Данную информацию можно найти на интернет-сайтах салонов красоты и косметологических салонов, посредством звонков под видом потенциального клиента. Необязательно прорабатывать все Объекты, можно ограничиться определенной выборкой, например 50% от общего количества.

4. Определение концентрации Объектов в зависимости от города.

Концентрация Объектов может быть измерена через показатель отношения их количества к численности населения города. Также Рекомендуется добавить к анализу макроэкономические показатели такие, как уровень среднемесячного дохода на душу населения, возрастной состав населения и т.д. Анализ и сравнение данных показателей позволят вам ранжировать выбранные города по уровню приоритета, что очень важно на старте бизнеса.

5. Определение среднего объема и частоты закупки.

Следующим шагом вам необходимо определить объем средней закупки среднего Объекта руб. /месяц, периодичность закупки, а также влияние сезонности бизнеса Объектов на данные показатели. Сезонность можно выразить в цифрах, разделив все месяцы в году на несколько групп (сезон, межсезонье, не сезон) и присвоив каждой группе соответствующий коэффициент, отражающий среднее снижение/рост объема оказания услуг по отношению к показателям межсезонья.

Данную информацию можно получить, пообщавшись с директорами, владельцами или соответствующими специалистами салонов красоты, косметологических салонов и т.д. Поищите таких людей среди своих знакомых и их знакомых, встретьтесь с ними под предлогом посоветоваться. Вы не являетесь для них конкурентом, более того – они могут быть вашими потенциальными клиентами, поэтому с высокой вероятностью встретятся с вами. Также можно найти данную информацию на специализированных форумах,

посвященных бизнесу в сфере эстетических и косметологических услуг.

6. Расчет объема рынка по месяцам с учетом сезонности внутри года.

Перемножив средний объем закупки на коэффициент сезонности и количество целевых Объектов можно получить объем рынка вашего сегмента. По аналогичной методике вы можете проанализировать все сегменты рынка – это позволит вам понять, правильно ли вы выбрали сегмент. Сложив результаты каждого месяца, вы получите годовой объем рынка в разбивке по крупнейшим городам РФ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ АНАЛИЗА.

- Определение наиболее привлекательных городов и правильная расстановка приоритетов на начальном этапе.
- Определение количества потенциальных клиентов.
- Получение данных для оценки потенциального объема продаж ваших продуктов.
- Определение наиболее удачного времени для старта выхода на рынок.

КЕЙС №4. Как построить план продаж?

Ювелирная компания из г. Кострома занимается производством ювелирных изделий из золота по давальческой схеме. Основными клиентами компании являются федеральные розничные сети и крупные оптовые компании. После 3-х лет успешной работы собственники бизнеса приняли решение о самостоятельном выходе на рынок и начале производства изделий под собственным брендом из собственного металла. Как им построить план продаж?

РЕШЕНИЕ:

При составлении плана продаж Рекомендуется ориентироваться только на прямые продажи, а эффект от использования остальных инструментов привлечения клиентов консервативно приравнять к нулю.

Перед составлением плана продаж и принятием решения о выходе на рынок с собственным брендом Рекомендуется провести экспресс-анализ рынка с целью определения спектра потенциальных клиентов (объектов), их количества и географического распределения.

После того как вы определили количество клиентов по регионам (городам), в данном случае это будут региональные и локальные розничные сети, отдельные ювелирные магазины, необходимо сделать допущения относительно средней суммы закупки (в рублях и натуральном выражении), а также частоты закупок. Данные индикаторы необходимы из расчета на 1 магазин, так как у ваших потенциальных клиентов часто будет несколько магазинов. Также необходимо учесть фактор сезонности. Данную информацию можно получить у друзей и знакомых, занимающихся ювелирной розницей, на специализированных форумах. Также можно сделать пилотный обзвон объектов в 1 или 2 городах с целью проведения серии выездных презентаций коллекции изделий, в ходе которых как раз можно попытаться получить необходимые данные.

Теперь необходимо расставить приоритеты по городам. Лучше объединять города в группы по признаку местоположения и начинать с ближайших к вашему производству.

Далее вы ставите цели на первый месяц работы. Цели должны быть выражены в цифрах: провести X встреч с X потенциальными клиентами в определенных городах, например в Ярославле и Иваново. Данная работа позволит вам определить параметры для составления плана продаж.

Рекомендуется разделить алгоритм построения плана продаж на 3 уровня.

1-ый уровень (первый контакт) – это холодные звонки. Под холодным звонком в данном случае понимается установление контакта с лицом, отвечающим за процесс закупки продукции, а не попытка дозвониться.

Количество холодных звонков, которое менеджер по продажам должен совершать ежедневно / еженедельно и т.д., рассчитывается исходя из:

- целевого количества выездных встреч на 1 менеджера в день / неделю и т.д.;
- конверсии «холодный звонок-встреча», то есть, в результате какого количества звонков будет назначена 1 встреча.

Это означает, что если, например, вы поставили цель провести 10 презентаций своей продукции в течение месяца, то при конверсии «холодный звонок – встреча» на уровне 20%, вашим менеджерам необходимо совершить 50 холодных звонков.

Используя список потенциальных клиентов в целевых городах, вы ставите цели и анализируете то, как менеджеры по продажам их выполняют.

2-ой уровень (встреча) – это количество выездных встреч, проведенных менеджерами по продажам. Данный индикатор является категорией цели и должен устанавливаться в вашей компании.

3-ий уровень (новый клиент) – это новые клиенты, то есть те, кто сделал первую закупку (или взял товар на комиссию) после презентации или серии встреч и переговоров. В первый раз вы можете установить коэффициент конверсии «презентация – новый клиент» по результатам пилотного периода. Далее по мере накопления статистики вы будете изменять данный показатель.

4-ый уровень (активный клиент) – это клиенты, которые продолжают сотрудничество с вами после первой закупки (например, закупает продукцию не реже чем один раз в 3 месяца). Помимо конверсии «новый клиент – активный клиент» на данном уровне необходимо использовать коэффициент оттока активных клиентов.

Поставив цели по количеству клиентов, ориентиры по конверсиям, среднему объему закупок, частоте закупок, а также коэффициенту оттока клиентов, вы сможете не только построить план продаж, но и рассчитать объем необходимых ресурсов для его выполнения (персонал, транспорт и т.д.).

Все описанные выше показатели могут использоваться как инструменты планирования, так и индикаторы для оценки эффективности работы менеджеров по продажам.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №5. Строим успешный бизнес-план для лизинговой компании.

Компания, занимающаяся производством одежды для охоты и рыбалки, из г. Владимир впервые планирует привлечь внешнее финансирование и приобрести в лизинг стол для автоматического кроя ткани. С помощью данного оборудования компания планирует увеличить объем производства и его эффективность.

В виду низкого уровня ликвидности подобного оборудования, одним из требований лизингодателя является наличие бизнес-плана. Как построить бизнес-план, на что сделать акцент и, при прочих равных условиях, получить одобрение со стороны лизинговой компании?

Для справки:

Выручка компании за год = 45,6 млн. руб.

Сумма договора лизинга = 5,9 млн. руб. (с НДС).

РЕШЕНИЕ.

В данном случае рекомендуется разделить процесс разработки бизнес-плана на три основных блока:

1. Компания
2. Рынок
3. Планы и перспективы
4. Резюме и риски

1. КОМПАНИЯ.

Ключевой целью данного раздела является рассказать потенциальному лизингодателю о прошлом и настоящем вашего бизнеса. Данный блок можно разбить на следующие подразделы:

1.1. История. Здесь вы показываете, какой путь прошла компания, чего достигла, на каком этапе развития находится в данный момент.

1.2. О Компании. Данный подраздел является завершением предыдущего: кратко в 3-4 абзаца вы описываете, что представляет собой ваша компания на данный момент.

1.3. Продукты. Кратко описываете текущие направления деятельности компании и производимые продукты. Необходимо концентрироваться на сильных сторонах вашей продукции, на её потребительских свойствах. Лизингодатель – не потенциальный покупатель, поэтому описание продуктов не должно перерасти в рекламу. Можно указать, что производимый вами ассортимент одежды делится на определенное количество групп, например, по сезонному признаку, в каждой группе – определенное количество артикулов (sku) и т.д.

1.4. Маркетинг (способы продвижения продукции). В данном разделе необходимо описать механизмы привлечения клиентов, которые вы используете, а также показать их эффективность. Например, если компания участвует в профильных выставках, целесообразно показать, сколько новых клиентов вы привлекли за выставку/ки в ретроспективе, какова стоимость привлечения одного клиента, сколько к текущему моменту вы заработали на каждом из них.

1.4. Ключевые клиенты. Здесь необходимо предоставить краткую информацию о ключевых клиентах за последние 3 года, а также данные по выручке, приходящейся на данных клиентов, и их долю в общем объеме продаж. Концентрация продаж на одном или нескольких крупных клиентах снижает привлекательность вашего бизнеса для потенциального лизингодателя. В случае если ваш бизнес зависит от нескольких крупных заказчиков, в блоке, посвященном планам компании, обязательно необходимо указать в качестве одной из целей диверсификацию продаж и заложить это в финансовые расчеты.

1.5. Совладельцы и топ-менеджмент. В случае если ваша компания с юридической точки зрения состоит из нескольких обществ, каждое из которых выполняет определенную функцию, эту информацию также необходимо раскрыть. Данные общества войдут в так называемый периметр консолидации – их финансовые показатели будут рассматриваться консолидировано (в основном выручка, так как на практике остальные финансовые показатели из бухгалтерской отчетности компаний подобного размера не репрезентативны).

Также необходимо рассказать о собственнике / совладельцах бизнеса и ключевых фигурах (генеральный директор, коммерческий директор и т.д.), их профессиональной биографии, сделав акцент на опыт, особенно в той области, в которой работает ваша компания. Часто в компаниях схожего размера владельцы бизнеса и ключевые руководящие фигуры – это одни и те же лица.

1.6. Технология производства. Так как вашей конечной целью является приобретение оборудования, которое позволит повысить объем и эффективность производства, в процессе описания технологии производства необходимо указать существующие проблемы. Целесообразно описать каждый технологический процесс в отдельности, сделать соответствующие фотографии и включить их в бизнес-план.

1.7. Финансы. В случае несоответствия бухгалтерской отчетности реальному положению вещей или отсутствия консолидированной отчетности, необходимо использовать данные управленческой отчетности. В любом случае желательно, чтобы были 3 основные формы за 3 последних года и анализ за аналогичный период. Анализ необходимо проводить с упором на уровень кредитоспособности компании, а значит на показатели ликвидности и долговой нагрузки. Если форма управленческой отчетности одна и это отчет о прибылях и убытках комбинированный с движением денежных средств, необходимые аналитические показатели в любом случае необходимо рассчитать.

2. РЫНОК. Если у вас отсутствуют исследования соответствующего рынка, выполненные маркетинговыми агентствами, или их в принципе нет, можно самостоятельно разработать данный блок. Условно его можно разделить на три составляющие: текущая ситуация, конкурентное окружение, перспективы развития (тенденции). Главное, чтобы вы смогли показать, что понимаете рынок, на котором работаете, видите направление его развития и ваше место на нем.

3. ПЛАНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.

Рекомендуется разбить данный блок на три части:

3.1. Стратегия развития. Необходимо сформировать цели компании и инструменты их достижения в краткосрочной (1 год) и среднесрочной перспективе (3 года). Желательно, чтобы горизонт постановки целей как минимум соответствовал планируемому сроку договора лизинга, а одним из инструментов их достижения являлась модернизация производства посредством автоматизации участка раскроя. Цели Рекомендуется выражать в цифрах, например, увеличить объем продаж до X руб., расширить клиентскую базу на X % до X активных клиентов (размещающих заказ не реже одного раза в заданный период времени).

3.2. Эффект от внедрения стола для автоматического кроя ткани. В данном разделе необходимо подробно описать плюсы от внедрения нового оборудования, описать, как изменится механизм производства и какие текущие проблемы будут решены. Все должно быть подкреплено цифрами: если вы говорите про повышение эффективности, то необходимо указывать на сколько % и описывать методику расчета; если вы говорите о снижении расходов на персонал, то нужно указывать какого и насколько и т.д.

3.3. Финансовый план. Основной для данного раздела должна быть финансовая модель вашей компании. Исторические данные используются для проведения анализа финансовых и операционных показателей. Прогнозный период должен как минимум соответствовать сроку договора лизинга. В идеальном варианте у вас должны быть построены управленческие формы прогнозных отчета о прибылях и убытках, баланса, отчета о движении денежных средств. Самым главным при построении прогноза и его обосновании является оценка будущих продаж. Идеально, если бы ваши основные покупатели (B2B) смогли предоставить предварительные заявки на 3,6,12 месяцев.

Ключевой целью данного раздела является показать, что операционного денежно потока, генерируемого бизнесом, будет достаточно для выполнения обязательств по договору лизинга.

3.4. Сценарный анализ способности обслуживать лизинговые платежи. Помимо сценария, заложенного в финансовый план, Рекомендуется рассмотреть два дополнительных: пессимистичный и сверхпессимистичный. Например, в пессимистичном сценарии можно сделать предпосылку о том, что выручка компании в период действия договора лизинга будет составлять 30% от запланированного объема, в сверхпессимистичном – 50%. Далее следует проанализировать влияние снижения объема продаж на операционный денежный поток и способность компании обслуживать лизинговые платежи.

4. РЕЗЮМЕ И РИСКИ. После того, как работа над основными разделами закончена, необходимо описать риски, присущие вашему бизнесу и ваше видение способов их минимизации. Финальной стадией является подготовка резюме – выжимки ключевой информации из бизнес-плана. После прочтения данного раздела у лизингодателя должно

сложиться общее представление о компании, рынке на котором она работает, перспективах ее развития и уровне кредитоспособности.

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к экзамену:

1. Методология и организация планирования бизнеса.
2. Система планов на предприятии.
3. Стратегический план бизнеса.
4. Текущие и оперативные планы.
5. Определение целей и задач предприятия, отражаемых в бизнес-плане.
6. Внешняя и внутренняя среда бизнеса.
7. Бизнес-план предприятия и его разделы. Основное содержание бизнес-плана.
8. Особенности составления и обоснования бизнес-плана различных видов предпринимательства.
9. Сводный раздел бизнес-плана. Резюме.
10. Сущность, основные черты планируемого товара, конкурентоспособность.
11. План производства продукции. Его обоснование и включение в бизнес-план предприятия.
12. Состав и структура основных производственных и оборотных фондов предприятия (бизнес-плана).
13. Расчет потребности в сырье и материалах.
14. Производственная программа предприятия и ее обоснование производственной мощностью.
15. Показатели эффективности использования ресурсов.
16. Обоснование и балансовая увязка разделов плана между собой.
17. Определение цены продукции. Порядок ее применения в планировании бизнеса.
18. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции и планирование себестоимости.
19. Рынок сбыта продукции. Сегментация и емкость рынка.
20. Учет фактора конкуренции на рынке при планировании бизнеса.
21. Стратегия и план маркетинга. Их применение в бизнес-плане.
22. Система целей бизнеса, структуризация целей.
23. Организационный план предприятия. Структура управления бизнесом. Трудовой контракт на предприятии.
24. Расчет численности: основной персонал, вспомогательный, ИТР, служащие.
25. Производительность и интенсивность труда, показатели измерения.
26. Фонд оплаты труда и отчисления на заработную плату.
27. Риск и страхование. Группы риска и их учет в бизнес-планировании.
28. Показатели риска. Определение возможной величины потерь и их учет при составлении планов.
29. Финансовый план бизнеса: сущность и содержание.
30. Финансовый анализ: расчет основных показателей.

31. Реализация продукции. Определение плана продаж.
32. Потоки денежных средств предприятия и их баланс.
33. Приток поступления денежных средств. Определение их величины, учет в бизнес-плане.
34. Отток денежных средств. Определение его величины, учет в бизнес-плане.
35. Определение величины валовой, чистой прибыли и ее учет в бизнес-плане.
36. Баланс активов и пассивов предприятия, его роль в бизнес-планировании.
37. Безубыточность. График достижения безубыточности.
38. Стратегия финансирования предприятия. Ее цели, сущность и содержание.
39. Инвестиции: понятие, виды, источники.
40. Показатели эффективности привлечения инвестиций.
41. Инвестиции, оценка их величины для реализации бизнес-плана.
42. Определение величины собственных и заемных средств, необходимых для реализации бизнес-плана.
43. Определение времени возврата предприятием заемных средств.
44. Порядок корректировки планов по годам в связи с изменением внешних и внутренних условий.
45. Техничко-экономические исследования при составлении и обосновании бизнес-плана предприятия.
46. Внутрипроизводственное планирование на предприятии, цели и задачи, связь с системой планирования бизнеса.
47. Планирование деятельности основных производственных подразделений, его особенности.
48. Планирование деятельности вспомогательных и обслуживающих подразделений, их особенности.
49. Планирование деятельности функциональных подразделений, его особенности.
50. Система внутрипроизводственных экономических отношений и их планирование.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен

литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ по разработке бизнес-плана (девяти его разделов), рефератов, тестов, решение кейсов и задач, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в дискуссиях.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Решение кейса	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	
оценка						

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Захаренкова, И. А. Бизнес-планирование : учебное пособие / И. А. Захаренкова. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 72 с. — ISBN 978-5-9239-1163-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146013> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Бизнес-планирование: учебное пособие / составители Ю. В. Устинова, Н. Ю. Рубан. — Кемерово: КемГУ, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-8353-2614-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156122> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Галиев, Ж. К. Планирование коммерческой деятельности. Бизнес-планирование : учебник / Ж. К. Галиев, Н. В. Галиева. — Москва: МИСИС, 2020. — 150 с. — ISBN 978-5-907226-72-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147924> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Кисина, Е. И. Бизнес-планирование: учебное пособие / Е. И. Кисина. — Пенза : ПГУ, 2018. — 100 с. — ISBN 978-5-907102-13-2. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162290> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Николаева, А. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. В. Николаева. — Иркутск: ИрГУПС, 2019. — 112 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157931> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Писарева, А. В. Бизнес-планирование: методические указания / А. В. Писарева. — Москва: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2017. — 52 с. — ISBN 978-5-7038-4360-4. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103680> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Фомина, И. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / И. А. Фомина. — Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2016. — 150 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/145229> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Юхин, Г. П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах : учебное пособие / Г. П. Юхин. — 2-е изд., испр. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-8114-5177-7. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134339> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: учеб. для вузов/ Л. Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 239 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.Н5(1).

2. Бизнес-планирование : учебное пособие / Ю. Ю. Костюхин, О. О. Скрябин, И. М. Зайцев [и др.]. — Москва : МИСИС, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906846-63-1. — Текст:

электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/108028> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Бизнес-планирование на предприятии: учебное пособие / А. В. Башкирцев, Л. Ш. Салихова, В. В. Авилова, Е. Н. Парфирьева. — Казань: КНИТУ, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-7882-2359-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/138416> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Бизнес-планирование: учебник/ [Л. В. Бобков [и др.] ; под ред.: Т. Г. Попадюк, В. Я. Горфинкеля. - М.: Вуз. учеб.; Москва: ИНФРА-М, 2014. – 294 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

5. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учеб. пособие для бакалавров вузов/ Т. С. Бронникова. - М.: Альфа-М; М.: Уником сервис; М.: ИНФРА-М, 2012. - 222, [2] с.: ил., табл.. - (Технологический сервис). - Библиогр.: с. 217-218 (42 назв.). - ISBN 978-5-98281-276-6.

6. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учеб. пособие для бакалавров вузов/ Т. С. Бронникова. - М.: Альфа-М; М.: Уником сервис; М.: ИНФРА-М, 2012. - 222 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1), УБ(25).

7. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Долгосрочная финансовая политика. Инвестиции: учеб. пособие для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. - Москва: КноРус, 2016. - 321 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

8. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учеб. пособие для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 3-е изд., стер.. - Москва: КноРус, 2014. – 226 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

9. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие/ В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. - М.: ИНФРА-М, 2007, 2006. - 192 с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 190-191 (20 назв.). - ISBN 978-5-16-001648-1. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 39: УБ(37), НА(1), ч.з.N5(1).

10. Герасимов, Б. И. Организация планирования на предприятии: учеб. пособие для сред. проф. образования/ Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, В. Д. Жариков. - Москва: Форум, 2013. - 239 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

11. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 1 on-line, 279 с. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1).

12. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учеб. для бакалавриата и магистратуры/ Т. П. Данько; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - 4-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2015. - 521 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

13. Дозорова, Т. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Т. А. Дозорова, В. М. Севастьянова. — Ульяновск: УлГАУ имени П. А. Столыпина, 2015. — 167 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133814> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

14. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учеб. для бакалавров/ И. А. Дубровин. - 2-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 430, [1] с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

15. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник / И. А. Дубровин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 432 с. — ISBN 978-5-394-01948-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93529> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

16. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 26:

ч.з.N5(1), УБ(25).

17. Капустин, С. Н. Кейсы по управлению и экономике рынка: учеб.-метод. пособие/ С. Н. Капустин, А. С. Сенин ; Рос. гос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации (РАНХиГС), Ин-т менеджмента и маркетинга; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Ин-т менеджмента и маркетинга. - Москва: Дело РАНХиГС, 2015. – 105 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

18. Кравченко, Т. С. Бизнес-планирование: учебное пособие / Т. С. Кравченко. — Орел: ОрелГАУ, 2016. — 202 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/106922> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

19. Лапуста, М. Г. Предпринимательство: учеб. для вузов/ М. Г. Лапуста. - Изд. испр.. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 383 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

20. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: учеб. пособие для вузов/ С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва: Инфра-М, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1).

21. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: учеб. пособие для вузов/ С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва: Инфра-М, 2015. - 172 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

22. Орлова, П. И. Бизнес-планирование: учеб. [для вузов]/ П. И. Орлова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 285 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

23. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии: учеб. для вузов/ Р. В. Савкина. - 2-е изд., перераб.. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 319 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

24. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата и магистратуры/ А. А. Сергеев. - 3-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2017. - 1 on-line, 464 с.. - (Бакалавр и Магистр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-01003-9. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1).

25. Сеницына, О. Н. Маркетинг: учеб. пособие/ О. Н. Сеницына. - 2-е изд., стер.. - Москва: КноРус, 2016. - 210 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

26. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование: [учеб. пособие] для бакалавров и специалистов/ Н. Д. Стрекалова. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013. – 351 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

27. Тихомирова, О. Г. Управление проектом/ О. Г. Тихомирова. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 299 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

28. Чекмарев, А. В. Управление ит-проектами и процессами [Электронный ресурс]: учеб. пособие для акад. бакалавриата/ А. В. Чекмарев. - Москва: Юрайт, 2018. - 1 on-line, 228 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Вариант загл.: Монтаж. - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-07446-8; Б.ц. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1). Свободны / free: ЭБС Юрайт(1).

29. Чуваева, А. И. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. И. Чуваева, Ю. Д. Алашкевич. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 106 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147568> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

30. Шогин, В. В. Бизнес-планирование организации: учебное пособие / В. В. Шогин. — Казань: Поволжская ГАФКСиТ, 2017. — 315 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155002> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.4. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. закон № 51-ФЗ: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.].
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. законы № 146-ФЗ, № 117-ФЗ: принят Гос. Думой 16 июл. 1998 г.].
4. Федеральный закон «Об акционерных обществах» [Текст]: [Федер. закон № 208-ФЗ: принят Гос. Думой 24 нояб. 1995 г. (ред. от 29.06.2015, с изм. от 29.12.2015)].
5. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Текст]: [Федер. закон № 14-ФЗ: принят Гос. Думой 8 февр. 1998 г. (ред. от 29.12.2015)].

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. Электронно-библиотечная система «Лань» // <https://e.lanbook.com/>.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального

«руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

–уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.

–глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;

–демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;

–использование дополнительных источников информации для решения кейса;

–выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. referre — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление

2. Сбор информации

3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно:

строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.
В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке бизнес-плана

Выполнение самостоятельной работы предполагает формирование разделов бизнес-плана, детализация которых содержится в данных методических указаниях далее. При этом студент должен опираться на рекомендуемую и иную литературу, использовать фактические и статистические данные, отражающие современное состояние вопроса. Бизнес-план должен быть аккуратно и грамотно оформлен. Он должен иметь определённую структуру и состоять из титульного листа бизнес-плана, девяти разделов бизнес-плана и списка использованной литературы. На титульном листе необходимо указать: название учреждения образования, вид работы, название дисциплины, необходимые сведения об авторах работы, а также фамилию, имя, отчество преподавателя-рецензента. Каждый раздел бизнес-плана является самостоятельной частью работы, следует выделять название соответствующего раздела, подводить краткие итоги в конце каждого раздела. Список использованной литературы должен состоять не менее чем из 20 наименований.

Прежде чем приступить к разработке каждого из разделов бизнес-плана, следует тщательно изучить его содержание, используя данные методические указания и прилагаемую литературу. Изучение литературы полезно сопровождать составлением конспекта с указанием страниц, источника, из которого отобран теоретический, фактический или статистический материал.

Необходимо самостоятельно подбирать новейшие периодические издания, поскольку рекомендованная литература со временем устаревает.

При написании работы нужно стремиться к достаточно самостоятельному изложению, к обоснованным оценкам в расчетных разделах бизнес-плана. Студенты должны учесть, что механическое переписывание из учебника и бизнес-планы из Интернета не засчитываются, и работа возвращается для доработки.

Раздел 1. Резюме

Эта часть представляет собой краткий и ясный итог бизнес-плана. Она содержит цели и стратегию бизнеса, подчеркивает уникальность продукта или услуги и убеждает кредиторов или инвесторов прочитать бизнес-план от начала до конца. Таким образом, резюме должно освещать в сжатой и убедительной форме ключевые точки бизнес-плана: финансовые потребности компании, потенциал рынка и возможности получения этой поддержки. Поэтому резюме должно ясно освещать причины, почему кто-либо должен инвестировать компанию.

Резюме включает от одной до четырех страниц текста и пишется после того как все другие разделы бизнес-плана составлены. Резюме включает краткое описание:

- бизнеса и его продукта или услуги;
- потенциала рынка;
- продукта и технологии, которые компания собирается освоить;
- краткое финансовое представление проекта;
- объемов, направления использования и сроков финансирования, периодичность и способы возврата средств;
- состава управленческой команды.

Если целью бизнес-плана является увеличение собственного капитала, резюме должно включать оценку инвестором возврата инвестиций.

Затем следует более детальное описание основных разделов бизнес-плана. Некоторые повторы в содержании отдельных разделов неизбежны, поскольку окончательный контекст зависит от структуры бизнес-плана и тематики разделов. В некоторых случаях в зависимости от выбранного стиля изложения бизнес-плана повторения в разделах необходимы для облегчения чтения и восприятия информации.

Ключевым моментом здесь является понимание наиболее существенных точек

бизнес-плана и возможности их изложения в сжатой форме. Слишком детальное и объемное резюме этих целей не достигнет. Не будет также эффективным слишком короткое резюме, в котором пропущены основные моменты.

Раздел 2. Описание предприятия и отрасли

В этом разделе плана следует детально описать компанию, включая ее историю, настоящий статус и будущий проект. Ключевые элементы этого раздела:

- История компании, форма собственности, будущие цели.
- Тип бизнеса (розничные продажи, производство, обслуживание, распределение).
- Описание бизнеса и отрасли, в которой компания работает (в описании выделяются продукты или услуги, целевые сегменты рынка, конкурентное окружение).
- Роль и тенденции развития компании внутри отрасли.
- Основные цели бизнеса.
- Причины вхождения в этот бизнес.
- Прошлые и ожидаемые изменения в форме организации бизнеса.
- Основатели, инвесторы и менеджеры.
- Организационная структура.
- Прошлые достижения и сильные стороны в настоящее время.
- Прошлые проблемы и слабые стороны в настоящем.
- Критические факторы успеха компании и потенциальные проблемы и риски.
- Работа по техническому развитию, которая должна быть завершена к определенной дате.
- Технологические процессы.
- Методы ведения учета.
- Какая система бухгалтерского учета будет использоваться?
- Какова организация учета?
- Как будут внедряться и использоваться система учета и данные учета при анализе бизнеса?
- Страхование.
- Какие виды страхования необходимы?
- Стоимость страховки.
- Система безопасности - ее функции по обеспечению сохранности товарно-материальных ценностей и информации.
- Является ли здание собственным или арендуется?
- Местоположение компании. Опишите место и причины его выбора. (Если местоположение является важным, с точки зрения плана маркетинга, остановитесь более подробно на этом в маркетинговом разделе бизнес-плана)

Важно оценить отрасль или отрасли, в которых функционирует бизнес. В частности, бизнес-план оценивается потенциальными инвесторами по ряду критериев, одним из которых является отрасль, в которой компания конкурирует. Желательно включить обзор отрасли, в том числе тенденции развития и историю становления бизнеса. В этом разделе освещается:

- размер, зрелость и характер конкуренции в отрасли;
- препятствия вхождения в отрасль, выхода и роста;
- инновации и технологические изменения;
- законодательное регулирование;
- экономические тенденции;
- общие объемы продаж отрасли в течение последних лет;
- ожидаемый рост отрасли;
- количество новых фирм, вошедших в отрасль в течение нескольких

последних лет;

- новые продукты, полученные в последнее время в отрасли;
- профиль деятельности каждого покупателя.

Источниками информации для анализа отрасли могут быть публикации в печати, периодические деловые издания, аналитические исследования подготовленные специализированными фирмами. В этом разделе важно показать свое собственное видение и понимание отрасли.

В заключении раздела приводится анализ ССВУ. Это анализ Сильных и Слабых сторон, Возможностей и Угроз бизнеса, основанный на исследовании действительного и потенциального рынков. Данный анализ служит средством выявления сравнительных преимуществ бизнеса.

Для облегчения задачи, мы предоставляем описание концепции анализа ССВУ и приводим некоторые примеры:

Критерий	Возможность	Угроза
Сильные стороны	позволят ли данные сильные стороны получить прибыль благодаря данной возможности?	позволят ли данные сильной стороны избежать этой угрозы?
слабые стороны	препятствуют ли данные слабые стороны использованию этой возможности?	препятствуют ли данные слабые стороны избежанию этой угрозы?
Сильные стороны	(примеры)	Слабые стороны
Система распределения Собственная продукция компании Собственная технология компании Собственные финансовые средства компании Организация управления компанией Имидж компании Взаимоотношения компании со сторонними организациями		
Возможности	(примеры)	Угрозы
Общество Интернационализация Тенденции развития рынка Конкуренция Распределение Потребители Технология Снабжение		

Вам следует назвать 3 - 5 ключевых фактора успеха вашей компании.

Раздел 3. Продукт или услуга

В этот раздел следует включить полное описание продукта или услуги с анализом их конкурентных преимуществ и недостатков.

- Описание продукта или услуги включает их отличительные черты и особенности и причины отличия.
- Наименование предприятия-изготовителя
- Ассортимент продукции и услуг.

- Себестоимость продаж и прибыль.
- Покупатели и конечные потребители продукта или услуги.
- Патенты и права собственности.
- Стратегические возможности и планы расширения или модернизации продукта или услуги. (Если разработка продукта является важной частью стратегии бизнеса, в этом случае необходим особый подраздел плана).
- Планируемые изменения в ассортименте продаж, себестоимости продаж и прибыли, а также причины изменений. В некоторых случаях необходим подраздел по модернизации продукта. Без использования специальной технической терминологии представляется уровень развития продукта, с тем, чтобы лицо не знакомое с данной технологией или отраслью могло сделать вывод о том, имеет ли оно дело с концепцией, опытным образцом или готовым рыночным продуктом. Отправные точки этого подраздела следующие:
 - внедрение изобретений или технических требований для успешной реализации проекта;
 - описание основных конкурентов, создающих аналогичные продукты;
 - права собственности в используемых технологиях;
 - причины, повлиявшие на выбор продукта, технологии или услуг более совершенных, чем существующие.

Практически невозможно предоставить детальное описание по каждому отдельному продукту или услуге. Важно адекватно отразить доминирующую часть программы, объясняющую по крайней мере 80% выручки от реализации. Менее значительным продуктовым группам может быть уделено меньше внимания.

Одним из ключевых положений этого раздела является жизненный цикл каждой продуктовой группы и ее вклад в формирование прибыли. На этих данных основываются решения о прекращении производства продукции, инвестициях в разработку новой продукции, проведении мероприятий по снижению издержек производства, путем его модернизации или совершенствования технологических процессов.

Раздел 4. Исследование и анализ рынка сбыта

Этот раздел бизнес-плана следует рассмотреть особо тщательно и внимательно. Маркетинговый анализ должен быть, по возможности, сконцентрирован на правдоподобных, взаимосвязанных и сопоставимых сведениях.

Этот раздел должен продемонстрировать возможности фирмы на целевых рынках. При его формировании следует раскрыть следующие вопросы.

- Определение целевого рынка.
- Сегменты целевого рынка.
- Размер и рост целевого рынка.
- Тенденции развития целевого рынка.
- Конкуренты: название, размер, доля рынка, конкурентные преимущества и недостатки, тенденции бизнеса. Необходимо оценить прямую и непрямую конкуренцию. Это должно показывать насколько компания конкурентоспособна. Конкурентов следует оценить по местоположению, доле рынка и истории бизнеса.
- Определение покупателей, их отношение к продукту (услуге) и причины покупки.
- Анализ продаж и прибыли по сегментам рынка и покупателям.
- Текущая и прогнозируемая доля рынка компании.

Одним из первоначальных и важнейших информационных элементов, необходимых при подготовке логичного бизнес-плана - это потенциал рынка, так же как и рыночные тенденции и сегменты могут быть извлечены из сведений о промышленных ресурсах и демографических обзоров. Информация о текущих продажах и состоянии рынка могут быть использованы для оценки доли рынка, покупательских предпочтений, политики ценообразования и обслуживания покупателей.

Исключительно важно, чтобы рассуждения и аргументы, представленные в этом разделе, были в полном согласии с деталями раздела, посвященного анализу отрасли.

Раздел 5. План маркетинга

В предыдущем разделе бизнес-плана описываются характеристики рынка, маркетинговая стратегия, приведенная в данном разделе, обрисовывает специфические маркетинговые действия, которые предприниматель планирует осуществить для достижения своих целей. Маркетинговая стратегия состоит из четырех основных компонентов:

— **продукция-микс**

— "продукция" означает "физическую продукцию плюс". Этот "плюс" поможет вам создать свой имидж и сделать его отличным от имиджа ваших конкурентов.

— **место/распределение-микс**

— каналы распределения имеют значительное влияние на стратегию выбора продукции, продвижение ее на рынок и ценообразование.

— **продвижение-микс**

— продвижение на рынок имеет решающее значение в рыночной экономике. Оно должно быть предметом постоянного внимания. Основными способами продвижения на рынок являются личные продажи, реклама, продвижение на рынок и связи с общественностью.

— **цена-микс**

— является один из самых сложных компонентов, так как должны учитываться многие факторы, такие, как цели бизнеса, внешние факторы (конкуренты, потребители и т.д.) и внутренние факторы (производственные расходы, узкие места и т.д.).

— Контрольный список вопросов для плана маркетинга:

— Политика в области послепродажного и гарантийного обслуживания.

— Ценовая и кредитная политика.

— Стратегия рекламы и продвижения.

— Затраты на маркетинг продукта или услуг.

— Ценообразование - ценообразование может быть определено в результате исследования рынка и определения издержек на продукт или услугу. Структура ценообразования может быть обращена к соответствующим действиям на демонстрации ценности, полученной покупателем, относительно цены оплаты за эту ценность.

— Дизайн продукта - следует ответить на ключевые вопросы относящиеся к конструкции продукта и упаковке, включая графическое изображение и право собственности на информацию.

— Время проникновения на рынок - должен быть представлен период проникновения на рынок.

— Методы распределения - способы, которые смогут позволить продуктам и услугам достичь покупателя. Это следовало бы сопроводить статистическими отчетами, оценками прессы и т.д.

— Стратегия планирования каналов сбыта и продаж (т.е. комиссионные, возможности распределения) для различных регионов, рынков.

— Покупатели - как много их и где они расположены.

— Обслуживание покупателей - какие рынки могут быть охвачены прямыми продажами, какие посредством дистрибьюторов, представителей или перекупщиков.

— Особенности подходов к извлечению выгоды в каждом канале и как они соотносятся с практикой работы в отрасли.

- План рекламы и продвижения - как реклама могла бы формировать целевой рынок. Ранг газет, продвигаемый материал и время, необходимое для рекламной компании.

Раздел 6. План производства

Здесь описываются существующие и предполагаемые процедуры и средства, необходимые фирме для выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Назначение раздела - аргументировать выбор производственного процесса и охарактеризовать технико-экономические показатели согласно проектно-сметной документации.

Если компания является производящей, то необходим производственный план. Этот план должен полностью описывать производственный процесс. Оперативные планы должны быть очерчены для разных стадий, например, при создании нового продукта, предварительной стадии производства, отработки маркетинга, первого серийного выпуска продукта. Более того, должны быть также включены описание производственных мощностей, персонала (по категориям), источников сырья и компонентов, а также стратегия последующего сервиса. Если какие-то части производственного процесса (или весь процесс) предполагается передать субподрядчикам, нужно включить описание всех субподрядчиков, с указанием их местоположения, соображений, обусловивших их выбор, затрат и всех заключенных контрактов. Этот раздел должен также содержать описание помещений, машин и оборудования, необходимого для производства, информацию о поставщиках сырья и компонентов - адреса и условия, производственные затраты и все будущие затраты на оборудование.

Если речь идет о бизнес-плане не для производителя, а для торгового или обслуживающего предприятия, этот раздел должен описывать процессы закупки товара, хранения и контроля запасов. Ниже перечислены некоторые ключевые элементы этого раздела бизнес-плана.

- Формируется программа производства и реализации продукции (приложение 5).
 - Принятая технология производства
- Требования к организации производства.
- Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка). Лизинг оборудования.
- Поставщики сырья и материалов (название, условия поставок) и ориентировочные цены.
- Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами.
- Численность работающих и затраты на оплату труда (приложение 6).
- Стоимость производственных основных фондов.
- Форма амортизации (простая, ускоренная). Норма амортизационных отчислений. Основание для применения нормы ускоренной амортизации.(приложение 8)
- Годовые затраты на выпуск продукции. Переменные и постоянные затраты. Себестоимость единицы продукции (приложение 7).
- Стоимость строительства, структура капитальных вложений, предусмотренная в проектно-сметной документации и сметно-финансовом расчете, в том числе строительно-монтажные работы, затраты на оборудование, прочие затраты (приложение 2). Общая стоимость инвестиционного проекта (приложение 3).
- Обеспечение экологической и технической безопасности.

Используя запроектированный состав продукции и ожидаемую выручку в производственном плане и рассматривая соответствующие затраты, создается база для планирования доходов и денежных потоков.

Раздел 7. Организационный план

В этом разделе описываются структура организации и ключевые работники-управленцы. Во-первых, должна быть описана форма собственности (товарищество, акционерное общество и т.д.). Если предприятие является корпорацией (в западном

смысле, прим. перев.), то важно включить сведения о выпущенных акциях, имена, адреса и послужные списки директоров и основных сотрудников компании. Полезно также составить схему организации с обозначенными уровнями ответственности членов организации.

Анализ сотрудников должен содержать поименный состав по функциям или по отделам за определенный промежуток времени. Команда должна обладать опытом и знаниями в наиболее важных областях менеджмента, таких как разработка и внедрение, маркетинг и продажа, производство и финансы. Данный раздел бизнес-плана должен, таким образом, представить членов команды менеджеров, освещая подробно стадии их роста. Детальные послужные списки должны быть вынесены в приложение. Должны быть также описаны лица, стоящие за их спиной. Для каждого из владельцев следует также дать информацию об их возможностях и ответственности. Должно быть также дано описание персонала, распределение функций, анализ квалификации, зарплата, круг обязанностей всех сотрудников. Такой анализ не только позволит менеджерам лучше планировать кадровую политику, но и продемонстрирует потенциальным инвесторам чувствительность бизнес-плана к важной проблеме найма ключевых сотрудников.

Этот раздел можно представить в приведенном ниже порядке.

- Нынешняя организационная структура и ожидаемые изменения.
- Форма собственности организации.
- Если это товарищество - кто партнеры, и на каких условиях.
- Если акционерное общество - кто главные акционеры и какова их доля.
- Типы и количество выпущенных акций с правом голоса и без него.
- Процесс принятия решений и его философия.
- Ключевые менеджеры и владельцы: образование, навыки, опыт, круг обязанностей и вознаграждение.
- Члены совета директоров: имена, адреса, послужные списки.
- Кто имеет полномочия подписывать счета и контролировать.
- Основные факты биографии всех членов команды менеджеров (образование, возраст, особые способности, сфера интересов и т.д.).
- Роли и круг обязанностей каждого члена команды менеджеров.
- Зарплаты, льготы и поощрения для каждого из менеджеров.

Критическим аспектом этого раздела является демонстрация соответствия организационной структуры с задачами бизнеса. Например, необходимо сопоставить организационные обязанности с соответствующими вопросами отчетности, так чтобы ресурсы направлялись в те области, которые в них более всего нуждаются. Предприятие должно признавать существование иных продуктов и рыночных ниш, организуя при этом стратегические подразделения с максимально возможной автономией и возможностью децентрализованно принимать решения.

Раздел 8. Финансовый план

Финансовый план, равно как и маркетинговый, производственный и организационный, является важной частью бизнес-плана. Он определяет потенциальные инвестиции, которые необходимы для бизнеса и показывает является ли бизнес-план экономически выполнимым. Эта информация определяет размер потребной инвестиции и обеспечивает основу для инвестора в отношении определения будущего значения инвестиции.

Для оценки выполнимости бизнес-планов существует три области финансовой информации: (1) ожидаемые значения объемов продаж и расходов в течение, по крайней мере, трех ближайших лет, (2) денежные потоки в течение ближайших трех лет, (3) текущие значения компонентов баланса и прогнозные балансы на время инвестиционного проекта. Финансовые отчеты и прогнозы представляют собой краткое описание (в денежных единицах) истории и будущих планов организации. Поскольку это так, оба вида

финансовых документов должны быть сопряжены с повествовательным описанием бизнеса, его планов и допущений, на которых эти планы базируются. Финансовые документы должны сопровождаться соответствующими документами и объяснениями.

Во-первых, в бизнес-плане должны быть приведены прогнозируемые объемы продаж и соответствующие расходы в течение, по крайней мере, трех-пяти лет, с помесечным прогнозом в течение первого года. Сюда должны быть включены прогнозируемые объемы продаж, стоимость проданных товаров, а также общие и административные расходы. Затем с помощью оценки налогов может быть спрогнозирована чистая прибыль после налогообложения. Определение ожидаемых значений объемов продаж и величин расходов для каждого из первых 12 месяцев и каждого последующего года базируется на маркетинговой информации, рассмотренной ранее.

Вторая важная область финансовой информации - это значения денежных потоков в течение времени проекта, с помесечным прогнозом в течение первого года. Оценки денежных потоков показывают способность бизнеса обеспечить расходы в подходящие времена года. Прогноз денежных потоков должен определить начальное значение денежных средств на балансе, ожидаемые счета дебиторов и другие приходы, а также все выплаты для каждого месяца в течение всего года. Поскольку счета должны оплачиваться в разные времена в течение года, важно определить помесечные потребности денег, особенно в течение первого года. Так как продажи могут быть нерегулярными и получение денег от клиентов может быть также рассредоточено во времени, становится необходимым краткосрочный заем для погашения постоянных расходов, такие как зарплата и коммунальные услуги.

Последний пункт финансовой части - прогнозируемые балансы. Они показывают финансовое состояние бизнеса в определенное время. Они определяют средства бизнеса, его обязательства, инвестиции владельцев и некоторых партнеров, а также остаточную прибыль (или накопленные потери).

Настоящий раздел должен включать следующие финансовые отчеты и прогнозные ведомости.

- Отчеты о прибыли за последние 3-5 лет .
- Балансы предприятия за последние 3-5 лет .
- Отчеты об изменениях финансового положения предприятия за последние 3-5 лет.
- Ведомости о прибыли (по месяцам или кварталам) на время инвестиционного проекта.
- Ведомости о потоке денежных средств (по месяцам или кварталам) на время инвестиционного проекта.
- Прогнозируемые балансы на последующие от трех до пяти лет.
- Анализ безубыточности.
- Прошлые и прогнозируемые финансовые коэффициенты в сравнении с имеющими место в данной отрасли промышленности.
- Документы, подтверждающие числа в прогнозируемых финансовых ведомостях.
- Допущения для всех прогнозируемых ведомостей.
- Принципы учета, используемые в финансовом плане.
- Объяснения по поводу необычных особенностей в документах.
- Мнения аудиторов.

Существенно наличие специального раздела, в котором приводится структура и поиск финансовых ресурсов для выполнения проекта. Конкретно должны быть включены следующие материалы:

- Общее количество необходимых фондов. (Приложение 2, 3,4)
- Финансовый запрос инвестору или финансовым институтам, которые получают бизнес-план: объем, срок, обеспечение.
- График возврата долга.
- Пути использования фондов.

- Текущая структура капитализации.
- Расчет основных показателей эффективности привлеченных финансовых ресурсов.

Раздел 9. Анализ риска

Каждая бизнес-активность сопряжена с определенными рисками, связанными с особенностями отрасли промышленности, конкурентами, а также общим политическим и экономическим положением страны. Бизнес-план должен рассмотреть трудности в ближайшие 2-5 лет. Важно, установить потенциальные риски и подготовить эффективную стратегию борьбы с ними.

В этом разделе должны быть рассмотрены критические риски и потенциальные проблемы, которые могут препятствовать реализации предложенных компанией стратегий. Главный риск для бизнеса может появиться как следствие

- реакции конкурента,
- слабостей персонала, занимающегося маркетингом, производством или менеджментом,
- современные достижения в технике, которые могут привести к жизнеспособности продукции.

Если даже не ожидается риск от этих факторов, они все равно должны быть обсуждены и должно быть показано, почему они не вызывают риска.

Для каждой из рассматриваемых составляющих риска должен быть представлен план ее минимизации. Точно также, должна быть рассмотрена стратегия преодоления каждого узкого места (проблемы) из числа выявленных. Несмотря на то, что цель этого раздела очевидна, необходимо еще раз отметить, что способность понимания рисков и разработки соответствующего плана действий является решающей для оценки качества менеджмента. Этот раздел является важным индикатором способности менеджмента эффективно реагировать на ситуации, которые вызывают опасность для достижения целей предприятия.

Приложения к бизнес-плану (Сопровождающие документы)

Приложение обычно содержит материалы, которые не обязательно должны быть приведены в основном тексте. Только те документы, которые представляют непосредственный интерес для потенциального инвестора должны быть приведены полностью. В части остальных, можно ограничиться краткими заметками. Ссылки на какие-либо документы, используемые в приложении, должны быть сделаны в самом бизнес-плане.

Письма от клиентов, дистрибьюторов или подрядчиков - вот примеры информации, которая должна быть включена в приложения. В приложение должны быть также включены вторичные данные, а также исследовательские данные, использованные для поддержки бизнес-плана. Могут быть также включены заключения об аренде, контракты и другие типы соглашений. Наконец, в приложения можно включить листы с ценами поставщиков и конкурентов.

В приложения рекомендуется поместить следующие документы:

- Данные по анализу рынка.
- Спецификации продукта, фотографии.
- Копии рекламных проспектов.
- Карта организации.
- Резюме владельцев и менеджеров.
- Регистрации налогов компании и ее владельцев.
- Договора аренды.
- Контракты.
- Письма-поддержки от главных клиентов, поставщиков и банков.
- Рекомендательные письма.

ИНФОРМАЦИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ПРИ ПОДГОТОВКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Данные предприятия

1. Годовые финансовые отчеты
2. Копии любых бизнес-планов или прогнозов.
3. Список дочерних компаний или других предприятий, в которых данное предприятие имеет свою долю, включая их финансовую отчетность.
4. Свидетельство о регистрации предприятия.
5. Свидетельство о присвоении статистических кодов.
6. Устав предприятия.
7. Дипломы и свидетельства о награждении предприятия (за 5 лет).

Другие финансовые данные

8. Список денежных счетов и значительных денежных инвестиций.
9. Описание дебиторской задолженности (в т. ч. просроченной).
10. Перечень номенклатур (описание количества и себестоимости) и информация о политике учета товаров на складах.
11. Регистр основных средств и долгосрочных инвестиций или график амортизации.
12. Перечень статей, составляющих прочие значительные активы баланса.
13. Описание кредиторской задолженности (в т. ч. просроченной), включая краткосрочную.
14. Анализ возврата кредитов.
15. Список долгосрочных кредитов.
16. Список статей, составляющих прочие значительные обязательства.
17. График продаж по видам продукции за каждый период времени, за который составлялся отчет о прибыли.
18. Список счетов, по крупным расходам, указанным в отчете о прибыли, в том случае, если эта информация не отражена в отчете о прибыли.
19. Копии бюджетов по продажам, капитала или текущего бюджета.
20. Расходы на зарплату служащих и руководителей.
21. Отчеты других специалистов:
 1. Оценка по конкретным активам.
 2. Отчеты других консультантов.
22. Отчет о численности рабочих кадров (за 2 года).
23. Отчет о текучести рабочих кадров (за 2 года).
24. Анализ использования рабочего времени.

Другие оперативные данные

25. Брошюры, прайс-листы, каталоги или другая информация по продукции.
26. Список держателей акций и партнеров, показывающий количество акций и их процент, принадлежащий каждому.
27. Организационная структура.
28. Список пяти крупнейших клиентов и поставщиков, а также полный объем продаж и покупок соответственно на каждого из них за последний год.
29. Детали сделок и стороны, участвующие в них.
30. План-график повышения квалификации персонала предприятия.
31. План работы профсоюзного комитета.

Юридические документы

32. Копии договоров об арендах и кредитах на крупную сумму, включая векселя выданные и полученные.
33. Копии договоров с акционерами и партнерами, включая любые соглашения по опционам.
34. Протоколы заседаний совета директоров.
35. Копии контрактов с ведущими менеджерами.
36. Копии контрактов по самым крупным продажам или покупкам.

37. Подробная информация о любых судебных процессах, включая еще незавершенные и вероятные.
38. Протоколы заседаний собраний акционеров, включая чрезвычайные.

Другая информация о предприятии

39. Детали сделок по акциям предприятия с начала его существования.
40. Списки следующего:
1. Патенты.
 2. Авторские права.
 3. Товарные знаки.
 4. Аналогичные НМА.
41. Подробности любых нетипичных обязательств (таких как гарантии и пр.), или не отраженных в балансе (например, аккредитивы).
42. Резюме и информация об образовании и опыте ведущих специалистов.

Экономические данные

Национальные экономические данные:

43. Данные о тенденциях в экономике (ВНП — валовый национальный продукт, инфляция, уровень занятости и пр.) и финансовом рынке (процентная ставка, процент по облигациям, средние цены акций).

Региональные и местные экономические данные, а также демографическая информация:

44. Информация по районным и местным экономическим и демографическим условиям.

Промышленная информация:

45. Общие данные об отрасли промышленности (такие, как тенденции роста и развития).
46. Сравнительные финансовые данные.

Информация по рынку:

47. Оценки специфических активов, если применимы.
48. Данные о рыночной норме прибыли.
49. Данные по заключенным сделкам, с участием аналогичных предприятий (цены акций акционерных обществ открытого типа, сделки по поглощению и слиянию, первичное открытое размещение, брокерская информация и пр.).
50. Данные по вынужденным скидкам, обусловленным отсутствием рынка.
51. Информация по надбавкам за контрольный пакет акций, или скидкам на меньший пакет акций, при наличии таковых.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.

13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия;
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
 - Для информации – не менее 18.
 - Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
 - Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
 - Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
 - Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).
- Способы выделения информации
- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов
- Объем информации
- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
 - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
- Виды слайдов
- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.
- Презентация исследования учащегося должна включать:
- Название исследования.
 - Содержание.
 - Цель самостоятельной работы.
 - Ход и результат исследования.
 - Выводы.
 - Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Office

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Приложение 1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила
Канта»
ОНК «Институт управления и территориального развития»
Высшая школа бизнеса и предпринимательства

М. А. Шаляпина

БИЗНЕС – ПЛАНИРОВАНИЕ

Методические указания по выполнению курсовой работы
для студентов очной формы обучения

направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Калининград 2023

Содержание

Введение

1. Основные положения

2. Методические указания по выполнению курсовой работы

3. Структура курсовой работы

4. Требования к оформлению выполненной работы

5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература

Приложение А

Введение

Данные методические указания являются руководством по выполнению курсовых работ, предусмотренных учебным планом направления подготовки бакалавров 38.03.02 «Менеджмент» очной формы обучения по дисциплине: «Бизнес-планирование».

Курсовая работа предполагает самостоятельное научное исследование студента, в рамках изучаемой дисциплины.

Выполнение курсовой работы должно способствовать углубленному освоению лекционного курса и приобретению навыков в области разработки бизнес-плана проекта с обоснованием актуальности идеи и решения, конкурентоспособности и экономической эффективности проекта. Это позволит студентам получить практические навыки разработки и принятия управленческих решений по экономическому развитию предприятия.

Методические указания призваны оказать помощь студентам в выборе темы, логическом построении работы, оформлении, подборе соответствующей литературы.

В процессе выполнения курсовой работы студент закрепляет теоретические аспекты курса и приобретает практические навыки.

1. Основные положения

Курсовая работа является одним из важнейших видов учебного процесса. Целью написания курсовой работы являются закрепление, углубление и обобщение знаний, полученных студентами при изучении данной дисциплины. Задачами курсовой работы являются:

- закрепление и более глубокое усвоение теоретических знаний;
- освоение методов анализа, выбора и обоснования при проектировании заданных объектов;
- развитие самостоятельности при выборе методов достижения цели и творческой инициативы при решении конкретных задач;
- подготовка к выполнению ВКР.

Выполняя курсовую работу, студенты получают навыки самостоятельного творчества, учатся пользоваться специальной литературой, справочниками, законодательными актами, нормативными, методическими и статистическими материалами.

Курсовая работа выполняется в соответствии с действующими стандартами и правилами.

При ее оценке учитываются:

- содержание работы;
- правильность оформления;
- оригинальность выводов и предложений;
- качество использованного материала;
- уровень грамотности (общий и специальный).

Завершающим этапом курсовой работы является ее защита, в ходе которой студент (группа студентов) должен кратко изложить содержание работы сопровождая свой доклад презентацией, дать исчерпывающие ответы на замечания и вопросы преподавателя.

Оценка курсовой работы выставляется по итогам защиты и качеству выполненной работы.

2. Методические указания по выполнению курсовой работы

Процесс выполнения курсовой работы предполагает:

- выбор темы;
- подбор литературных источников;
- анализ информации;
- написание и оформление курсовой работы;
- защита курсовой работы.

При выполнении курсовой работы студент должен:

- обеспечить соответствие наименования курсовой работы, ее разделов и подразделов их содержанию;
- сохранить логическую связь между разделами, а также последовательность изложения материала;
- выполнить всю работу четко и ясно;
- использовать по тексту таблицы, рисунки, графики;
- 1. - составить в соответствии с требованиями список использованной литературы.

Выбор темы. Выбор темы является наиболее ответственным моментом выполнения курсовой работы. Тему работы студенты выбирают самостоятельно.

Курсовая работа должна быть выполнена по материалам конкретного предприятия или содержать ситуацию, рассматривающую реальную практическую проблему (кейс - стади). В соответствии с действующими нормативными актами высшей школы курсовая работа может быть выполнена индивидуально или в составе группы не более 3 человек.

Подбор литературы по выбранной теме. Выбрав тему, студенты приступают к подбору необходимой литературы. Кроме учебной и специальной литературы необходимо использовать специализированные журналы, а также газетные статьи и интернет – ресурсы. В процессе изучения источников литературы студенты конспектируют положения, относящиеся к теме курсовой работы. Дословное списывание текстов из источников недопустимо.

Анализ информации. Студент собирает и анализирует первичную и вторичную информацию, необходимую для выполнения курсовой работы.

Написание и оформление курсовой работы. Курсовая работа содержит:

- введение;
- основная часть;
- заключение;

- список использованных источников;
- приложения.

Введение предусматривает обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач курсовой работы, а также описание объекта, предмета и методов исследования. Введение не должно содержать, примеров, иллюстративного и табличного материала. Объем введения должен составлять 2–4 страницы машинописного текста.

Основная часть. По дисциплине «Бизнес-планирование» возможен вариант написания курсовой работы только на базе эмпирического материала. Объем основной части не менее 40 страниц.

В *заключении* логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы по всем главам работы и предложения, сделанные студентом в результате исследования. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости и обоснованности предложений. Выводы пишутся в виде тезисов (по пунктам) и должны отражать основное содержание по теории вопроса, анализу и практической ситуации. Объем заключения 2–4 страницы.

Список использованных источников помещается в конце работы после заключения. При выполнении курсовой работы предлагается использовать алфавитную группировку источников. Количество используемых источников должно быть не менее 20.

В курсовой работе перечисляется только та литература, которая действительно была использована при ее выполнении. На все источники информации, используемые в работе, даются ссылки в тексте после упоминания материала в виде квадратных скобок, в которых проставляется порядковый номер, под которым он числится в списке, и номер страницы, например: [1, с.123].

В *приложения* следует относить вспомогательный материал (инструкции, методики и т. п.), не вошедший в основную часть курсовой работы, а также таблицы, размер которых превышает страницу. Приложения помещаются в конце курсовой работы. Общий объем приложения не должен превышать 1/3 работы.

Защита курсовой работы. Порядок защиты курсовой работы приведен в главе 1.

3. Структура курсовой работы

Структурными элементами курсовой работы являются:

- *Титульный лист (Приложение А)*
- *Содержание*
- *Введение*
- *Основная часть* содержит сам документ «бизнес-план», включающий

следующие элементы:

1. *Резюме* - составляется после завершения работы над бизнес-планом и содержит краткие выводы по всем его разделам.

2. *Описание предприятия* – в разделе дается общее описание компании, включающее следующую информацию: полное наименование; организационно-правовая форма; форма собственности; структура собственности; местоположение и юридический адрес. Также в разделе «Описание предприятия» - формулировка миссии, в которой указываются цели, задачи и основные принципы компании.

3. *Описание продукта (товара или услуги)* - этот раздел содержит сущность уникального торгового предложения (УТП), общее описание продукта/услуги, его характеристики и меры защиты.

4. *Анализ макросреды предприятия* – в данном разделе рассматривается определение степени влияния на предприятие макроэкономических факторов, таких как: демографические, социально экономические, природные, технологические, политические и культурные.

5. *Анализ перспективности рынка* - в данном разделе изучаются спрос и предложение через такие показатели как: потребительский потенциал, емкость рынка, доля рынка, темпы роста рынка, уровень его монополизации. Эти показатели будут характеризовать возможные объемы сбыта товаров (услуг).

6. *Анализ потребителей* - в данном разделе собирается информация относительно своей целевой аудитории (составляется демографический профиль потребителя, выясняется информация относительно поставленных задач. Например: повод для совершения покупки, частота покупки, степень удовлетворенности продуктом, уровень лояльности марки, потребительские предпочтения и т.д.).

7. *Анализ конкурентов, поставщиков, посредников* – в разделе описываются конкуренты по заранее выбранным характеристикам, и полученная информация далее анализируется в рамках различных методик. По такому же принципу анализируются поставщики и посредники.

8. *Анализ деятельности предприятия* – данный раздел включает анализ корпоративной культуры предприятия; анализ структуры организации, ее органов управления, подразделений, взаимосвязей между ними; анализ оценки показателей финансово-экономической деятельности предприятия; анализ цен и затрат; анализ продаж и ассортимента; анализ существующих сегментов; оценку конкурентоспособности товара и предприятия; SWOT-анализ.

9. *Стратегическая позиция* - в данном разделе формируется портфель стратегий предприятия, которые будут реализовываться в далее разработанных планах: планы маркетинга, организационный, производственный, финансовый.

10. *План маркетинга* - В данном разделе целесообразно изложить: товарную политику; ценовую политику; сбытовую политику; коммуникативную политику; бюджет маркетинга.

11. *Производственный план* - В данном разделе внимание уделяется производству и иным рабочим процессам. Включается сюда и информация о различных используемых помещениях, оборудовании, персонале, задействованном в работе. Кроме того, производственный план содержит в себе и подробное рассмотрение способов увеличения или сокращения объемов производства товара или предоставления услуги.

12. *Организационный план* - в этом разделе указывают: сведения о владельцах и основных партнерах; организационно-функциональную структуру предприятия; принципы отбора персонала: квалификационные требования и обязанности руководителей и основного персонала организации; характеристику главных менеджеров и основного персонала, отвечающих за реализацию бизнес-плана (возраст, образование, опыт работы, квалификация); штатное расписание по каждой категории промышленно-производственного персонала и потребности во временной рабочей силе; стимулирование и мотивацию персонала; описание бизнес-процессов.

13. *Финансовый план, оценка эффективности проекта* – в разделе указывают: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, бюджет налоговых платежей, предполагаемый объем инвестирования с указанием источников финансирования проекта.

14. *Анализ рисков и их минимизация* - в данном разделе выявляются все возможные типы рисков, с которыми можно столкнуться при реализации бизнес-проекта и разрабатываются меры профилактики рисков.

- *Заключение*
- *Список используемых источников*
- *Приложения*

4. Требования к оформлению курсовой работы

Оформление текста:

Курсовая работа должна быть выполнена с применением компьютера на одной стороне листа белой бумаги с выравниванием текста по ширине листа. Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

- левое – не менее 30 мм; - верхнее – не менее 20 мм;
- правое – не менее 10 мм; - нижнее – не менее 20 мм.

В курсовой работе:

- не допускается выделение текста полужирным шрифтом и курсивом, за исключением заголовков;
- шрифт Times New Roman, кегль 12 пунктов, с прописной буквы;
- абзац – выравнивание по ширине с отступом 1,25 см (красная строка), междустрочный интервал полуторный, стандартный интервал перед абзацем и после (0 пунктов).

Заголовки структурных элементов работы начинают с нового листа и выполняют с прописной буквы без точки в конце с применением стиля «Заголовок 1», с предварительно измененными атрибутами:

- шрифт Times New Roman, кегль 12 пунктов, с прописной буквы; начертание полужирное;
- абзац – выравнивание по центру без отступа, междустрочный интервал полуторный, интервал перед абзацем и после 6 пунктов.

Нумерация страниц:

Страницы курсовой работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижнего поля страницы без точки в конце.

Оформление формул и уравнений:

- Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку.
- Переносить формулы и уравнения на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак " \times ".
- Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова "где" без двоеточия после него.

- Формулы и уравнения, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы в крайнем правом углу в круглых скобках. Одну формулу обозначают - (1).

- Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках, например, ... в формуле (1).

Пример оформления формул представлен в образце 1.

Образец 1

Для оценки может быть использована формула (1).

$$D_i = K_i / \sum K_i, \quad (1)$$

где

D_i - удельный вес i -й группы изделий в ассортименте.

K_i - количество ассортиментных позиций по i -й группе изделий в ассортименте предприятия.

- Если формула является результатом преобразования базовой формулы, то ее номер содержит два числа, первое из которых является номером базовой формулы.

- Если в тексте приведена всего одна формула, то она не нумеруется.

- Порядок использования в курсовой работе математических уравнений такой же, как и формул.

Оформление ссылок:

Ссылка – элемент аппарата издания, содержащий указания на источник, в котором разъясняются сведения, приводимые в основном тексте издания. Ссылки могут быть внутритекстовыми (помещаются в основном тексте), подстрочными (помещаются в сноске), затекстовыми (помещаются в выноске в конце текста).

В курсовой работе рекомендуется использовать внутритекстовые ссылки.

Внутритекстовая ссылка на первоисточник делается сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте с указанием номера источника из списка использованных источников и страницы (в квадратных скобках), например: [1, с. 659].

Оформление приложения:

- В приложениях помещают материал, дополняющий текст документа, который при включении в основную часть загромождал бы текст, например, графический материал, таблицы большого формата, расчеты и т.д.

- В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.

- Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы после структурного элемента курсовой работы «Список использованных источников».

- Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» с прописной буквы или заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Приложение должно иметь заголовок, который располагают по центру страницы с прописной буквы отдельной строкой без точки в конце шрифтом Times New Roman, начертание обычное, кегль 12 пунктов, выравнивание по центру без отступа, междустрочный интервал полуторный, интервал перед и после абзаца 6 пунктов.

- Если приложение составляет более одного листа, то оно переносится на следующие страницы с использованием слов «Продолжение приложения» и «Окончание приложения».

Оформление списка использованных источников:

- Список должен содержать перечень источников, использованных при выполнении работы.

- Группировать литературные источники в списке следует в алфавитном порядке, в котором фамилии авторов и заглавий (если автор не указан) размещены по алфавиту.

- В списке использованных источников сначала следует указывать нормативно - законодательные документы.

- Источники на иностранном языке размещают обычно по алфавиту после перечня всех источников на русском языке.

- Список использованных источников нумеруют арабскими цифрами с точкой. Для оформления используется стиль «Обычный» с атрибутами: шрифт Times New Roman, начертание обычное, кегль 12 пунктов, с прописной буквы, выравнивание по левому краю с отступом 1,25 см, междустрочный интервал полуторный, стандартный интервал перед абзацем и после (0 пунктов).

- Библиографическое описание иностранных изданий приводится на языке подлинника.

- Количество использованных источников не должно быть менее 5.

- Количество используемых источников должно составлять не менее 80% от общего количества, которые должны быть не старше 5 лет от года выпуска на момент написания курсовой работы, при этом количество электронных ресурсов должно быть не менее 40% от количества используемых источников.

Обязательные элементы библиографического описания книги:

– фамилия и инициалы автора. Фамилию (имя) одного автора приводят в именительном падеже. При наличии двух и трех авторов, как правило, указывают имя первого. Если авторов четыре и более, фамилии не указывают;

– полное название книги;

– место издания;

– издательство;

- год издания;
- количество страниц.

Все данные о книге разделяются в библиографическом описании условными разделительными знаками (точка, тире, двоеточие).

Примеры библиографических описаний представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Библиографические описания

Характеристика источника	Пример оформления
Описание книги одного автора	Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для вузов. - М.: Норма, 2020. – 448 с.
<i>Описание книги двух и трех авторов</i>	Чечеткина Н.М. Товарная экспертиза: учебник для студ. вузов / Н.М. Чечеткина, Т.И. Путилина, В.В. Горбунова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2021. – 509 с.
Переводные издания	Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер / Ф. Котлер; пер. с англ. О. Литвиновой. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 224 с.
Внутренние документы организаций	Об учетной политике: приказ от 1 января 2019г. № 12 / ООО «Дюна». – Калининград, 2019. – 12 с.
	Ежеквартальный отчет по ценным бумагам за II квартал 2021г.: утв. Правлением ПАО ВТБ 14 августа 2021г. № 36 / ПАО ВТБ – Калининград, 2021. – 102 с.
... из журнала	Расков, Н. В. Макроэкономические деформации и ориентиры экономической политики / Н. В. Расков // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 2. –115-120 с.
... из газеты	Транспортный комплекс России: итоги 2019г. и задачи 2020г. // Логистика. – 2020. – № 1. – 10–13 с.
Нормативные правовые акты и иные официальные документы	Постановление Правительства РФ от 01.03.2008 N 134 (ред. от 30.04.2013) «Об утверждении Правил формирования и использования бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. -2008. -№ 10 (2 ч.). - ст. 932.
	Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций" от 25.02.1999 № 40-ФЗ (ред. от 28.07.2012). «Российская газета», № 41-42, 04.03.1999.
Электронный ресурс	<i>Дирина А. И.</i> Право военнослужащих Российской Федерации на свободу ассоциаций // Военное право: сетевой журн. 2015. URL: http://www.voенноеpravo.ru/node/2149 (дата обращения: 19.09.2023).
Электронные документы из справочно-правовых баз	Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая. Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации http://www.pravo.gov.ru - 28.12.2022).

5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература

Выбор темы курсовой работы осуществляется совместно обучающимся и руководителем. При этом обучающиеся могут выбрать одну тему из представленного ниже перечня:

1. Разработка бизнес-плана модернизации производства (структурного подразделения предприятия).
2. Разработка бизнес-плана повышения уровня использования производственной мощности.
3. Разработка бизнес-плана производства нового вида продукции (работ, услуг).
4. Разработка бизнес-плана развития предприятия.
5. Разработка бизнес-плана расширения ассортимента оказываемых услуг/работ.
6. Разработка бизнес-плана расширения торгового ассортимента.
7. Разработка бизнес-плана создания нового предприятия.
8. Разработка бизнес-плана увеличения объёма реализации продукции/услуг/работ.
9. Разработка бизнес-плана увеличения объёма товарооборота.
10. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для написания курсовой работы.

Основная литература:

1. Захаренкова, И. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / И. А. Захаренкова. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 72 с. — ISBN 978-5-9239-1163-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146013> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Бизнес-планирование: учебное пособие / составители Ю. В. Устинова, Н. Ю. Рубан. — Кемерово: КемГУ, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-8353-2614-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156122> (дата обращения: 25.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: стратегия и тактика эффективного бизнеса [Электронный ресурс] = Successful Business Plan: Secrets & Strategies / Р. Абрамс. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 486 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292> (дата обращения: 20.08.2022).

2. Гиротра, К. Оптимальная бизнес-модель: четыре инструмента управления рисками [Электронный ресурс] / К. Гиротра, С. Нетесин. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 216 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279755> (дата обращения: 20.08.2022).

3. Николаева, А. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. В. Николаева. — Иркутск: ИрГУПС, 2019. — 112 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157931> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Р. Ньютон; под ред. М. Савина; пер. А. Кириченко; пер. с англ. - 7-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 180 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655> (дата обращения: 20.08.2022).

5. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора [Электронный ресурс] / А. Остервальдер, И. Пинье; под ред. М. Савина; пер. М. Кульнева. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229875> (дата обращения: 20.08.2022).

6. Царев, В.В. Оценка стоимости бизнеса: теория и методология [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 569 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114491>

7. Юхин, Г. П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах : учебное пособие / Г. П. Юхин. — 2-е изд., испр. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-8114-5177-7. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134339> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила
Канта»
ОНК «Институт управления и территориального развития»
Высшая школа бизнеса и предпринимательства

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Бизнес-планирование»
на тему: _____

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»

студента(ки) 4 курса
Ивановой Ирины Андреевны
_____ «__» _____ 2023 г.
подпись

Научный руководитель:
к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и
территориального развития», _____
_____ «__» _____ 2023 г.
подпись
ФИО руководителя

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинг в социальных медиа»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинг в социальных медиа».....	5
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	5
Целью освоения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» является формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.	5
2. Место дисциплины в структуре ООП	6
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
4.1 Содержание основных разделов и тем курса	8
Преимущества маркетинга в социальных медиа. Особенности аудитории социальных сетей: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Живой журнал. Поддержка через SMM Брендовые и тематические сообщества в социальных медиа.....	8
Статистика популярности соцмедиа. SMM как часть трансмедийной кампании. Стратегии SMM в отдельных соцмедиа	8
4.2 Тематика практических занятий.....	8
4.3 Тематика самостоятельных работ	9
4.4. Примерный перечень тем курсовых работ	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	14
6.3.1 Тестовые задания	14
6.3.2. Индивидуальные задания	16

6.3.3 Темы рефератов и презентаций	17
6.3.4. Решение ситуационных задач	21
Проверяемая компетенция	21
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	22
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	24
7.1 Основная учебная литература	24
1. Л. А. Данченко . Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для бакалавров и специалистов вузов/ под общ. ред. Л. А. Данченко.-М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013.- 288бс.	24
7.2 Дополнительная учебная литература.....	25
1. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для вузов/ Фрэнк Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 523 с.	25
2. ..Миллер А. Реклама: энциклопедия для всех/ Миллер,А- М.: Вершина, 2003.- 252 с.	25
3. ..Н. В. Аниськина. Наружная реклама: [учеб. пособие]/ [сост.: Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина]-Москва: Форум Москва: ИНФРА-М, 2014.- 207 с.....	25
4. ..М. В. Ягодкина. Реклама в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие для бакалавров и специалистов/ М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]-Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2014.- 302 с.	25
7.3. Нормативные документы	25
7.4. Для самостоятельной работы.....	25
8.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
2. Официальный сайт журнала «Рекламные технологии» - http://www.rectech.ru/journal/anons.html ;	26
3. Официальный сайт журнала «Рекламные идеи» - http://www.advi.ru/ ;.....	26
4. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/ 26	
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	26
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	32
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	32
Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.	36

Наименование дисциплины (модуля)**«Маркетинг в социальных медиа»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»**

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» является формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - логику разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации в социальных медиа; - законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; - основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок);	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь : - анализировать и грамотно интерпретировать информацию из социальной медиа-среды; - разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ; - создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях; анализировать информационные потребности посетителей сайта. - интегрировать социальные медиа в маркетинговую информационную систему компании;		
Владеть: - культурой межличностного общения; - основными методами переработки данных; - способами ориентации в профессиональных источниках информации; - способностью оценивать информацию из иностранных источников и ее значимость; способностью интерпретировать и		

критически резюмировать полученную информацию из иностранных источников, применять её в новых условиях; - навыками в области формирования и корректирования юзабилити веб аналитики на основе отзывов и комментариев клиентов в социальных медиа.		
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина **«Маркетинг в социальных медиа»** представляет собой дисциплину по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.04.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Методы и модели прогнозирования Статистика Маркетинг Международный маркетинг Управленческий учет в маркетинге	Маркетинг в социальных медиа	Оценка деятельности персонала

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	60, 25
Часов аудиторных занятий, всего	
Самостоятельная работа	155,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	45	4	15	6	15	5		
Тема 2. Тренды маркетинга в соцмедиа	57	6	20	6	20	5		
Тема 3. Инструментарий SMM.	58	2	15	6	30	5		
Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа	55	4	15	6	25	5		
Итого	216	16	65	24	90	20	0,25	0,75
Контактная работа	60,25	16		24		20	0,25	
Самостоятельная работа								0,75
Промежуточная аттестация	зачет с оценкой							

4.1 Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Преимущества маркетинга в социальных медиа. Особенности аудитории социальных сетей: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Живой журнал. Поддержка через SMM Брендовые и тематические сообщества в социальных медиа.
2	Тренды маркетинга в соцмедиа	Статистика популярности соцмедиа. SMM как часть трансмедийной кампании. Стратегии SMM в отдельных соцмедиа
3	Инструментарий SMM.	Интеракции при работе с контентом. Развитие продвижения через блогосферу. Микроблогинг. Классификация блогов. Цикл развития блогов. корпоративный блог. Особенности таргетированной рекламы. Возможности ретаргетинга. Сайты, контент, рекламные объявления, блоги ,аккаунты, сообщества. Партнерские программы, сайты агрегаторы, партнерские сети. Баннерные и тизерные рекламы. Выбор стратегии размещения в зависимости от цели рекламы. Инструменты маркетинга для B2B и B2C
4	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Роль, специфика и содержание маркетинговых исследований в социальных медиа

4.2 Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Понятие медиа. Классификации теорий. Модели медиакommunikаций
2.	Тренды маркетинга в соцмедиа	Общая характеристика ВКонтакте как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в ВК Основной набор инструментов для SMM-кампании в ВК. Общая характеристика FB и instagram как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в FB и instagram Основной набор инструментов для SMM-кампании в FB и instagram. Общая характеристика Одноклассников как SMM-площадки. Особенности ведения SMM в ОК

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Основной набор инструментов для SMM-кампании в ОК.
3.	Инструментарий SMM.	Основные показатели конверсии и методики их учета и оптимизации. Лидогенерация как ключевой маркетинговый показатель в соцмедиа.
4.	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Методы сбора информации: наблюдение, контент-анализ, анализ следов, тайный покупатель, ретейлаудит, эксперимент, опрос.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.	Место и значение SMM в структуре коммуникационных кампаний.
2.	Тренды маркетинга в соцмедиа	Историческое развитие представлений о медиа. Место и значение SMM в структуре коммуникационных кампаний. Особенности адаптации ключевых посланий коммуникационных кампаний под SMM. Роль и значение SMM в трансмедийных кампаниях.
3.	Инструментарий SMM.	Системы мониторинга и аналитики. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
4.	Маркетинговые исследования в социальных медиа	Технические и организационные возможности сбора и анализа статистики в социальных сетях.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Применение SMM в B2C.
2. Применение SMM в B2B.
3. Омниканальность и соцсети во взаимодействии с потребителем.
4. Соцсеть в продвижении торговой организации.
5. Анализ конкурентов торговой организации в соцсети.
6. Конкурсы, как инструменты продвижения в соцсетях.
7. Контент, как инструмент продвижения в соцсети.
12. Продвижение бизнеса во ВКонтакте.
13. Продвижение брендов в соцсети Одноклассники.

14. Использование сервисов сбора статистики, анализа эффективности продвижения в соцсетях.
15. Применение чат-ботов в соцсетях.
16. SEO-оптимизация сайта торговой организации во взаимодействии с социальными сетями.
17. Создание сообщества в соцсети.
18. Таргетированная реклама в соцсети.
19. Привлечение блогеров в соцсети.
20. Интернет-маркетинг для B2B.
21. Интернет-маркетинг для B2C.
22. Видеомаркетинг в социальной сети.
23. Вирусный маркетинг в социальной сети.
24. Управление контентом в социальной сети.
25. Формирование и позиционирование сообщества в соцсети.
26. Маркетинговые аспекты продвижения бренда в соцсети.
27. Маркетинговые аспекты продвижения проекта в соцсети.
28. Технологии проведения маркетинговых исследований в соцсети.
29. Программа интернет-маркетинга.
30. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в социальной сети

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы)

предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.		индивидуальные задания, реферат, ситуационная задача		устно устно письменно
Тренды маркетинга в соцмедиа		индивидуальные задания, реферат		устно устно
Инструментарий SMM.		Тестирование, индивидуальное задание, реферат		письменно устно устно
Маркетинговые исследования социальных медиа	в	Тестирование индивидуальные задания, ситуационная задача реферат		письменно, письменно устно
			Зачет с оценкой	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-10	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Способен использовать в профессиональной деятельности	Знает: основные понятия SMM; основные инструменты SMM; основные инструменты увеличения активности аудитории в сфере SMM;	1-2

современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Умеет: планировать, реализовывать и управлять SMM-кампаниями; Владеет: методами и технологиями проведения SMM-кампаний; современными методами оценки SMM-активности; методами оптимизации SMM-проектов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	
2 Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	Знает: понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к SMM; основные методики оценки SMM-кампаний; элементы и инструменты веб-аналитики в сфере SMM. Умеет: планировать SMM-решения в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; формировать эффективный SMM-инструментарий для интегрированных кампаний; давать оценку и разрабатывать предложения по коррекции реализации SMM-проектов. Владеет: тактическими приемами SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; навыками реализации рекламных и медиапроектов в социальных сетях; опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях.	3-4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методических основ рекламы в социальных медиа. Способность планировать SMM-решения в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях	Знание основополагающих понятий и категории рекламы в социальных медиа. Умение ориентироваться в основных социально - значимых проблемах.	Способность Развивать и обобщать результаты управления медиаконтентом как инструментом маркетинга, интегрировать социальные медиа в маркетинговую информационную систему компании на основе достижений отечественных и зарубежных исследователей	Уверенное владение методиками сбора и анализа информации необходимой для проведения маркетинговых исследований, с последующей интерпретацией полученных результатов. Способность использовать их при принятии решений в области продвижения в социальных медиа.	Решение ситуационных задач, выполнение тестовых и индивидуальных заданий, реферат. Зачет с оценкой.

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин,

поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	--	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тема 3 Инструментарий SMM

1. На каком уровне аккаунта можно задавать цели рекламы на Facebook:
 - а) только на уровне рекламной кампании в рамках одного аккаунта +

- б) только на уровне рекламной кампании
- в) на уровне рекламной кампании и в группах объявлений в рамках одного рекламного аккаунта

2. Blueprint Live это:

- а) образовательная онлайн-система для изучения основных рекомендаций для рекламы на Facebook и в Instagram
- б) онлайн консультация службы поддержки по рекламе на Facebook и Instagram
- в) программа очного изучения принципов рекламы на Facebook и в Instagram для дальнейшего применения в маркетинговых планах +

3. Что такое детальный таргетинг:

- а) вариант таргетинга, доступный в разделе «Аудитория» инструмента создания группы объявлений. Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама.
- б) таргетинг по интересам пользователей и их предпочтениям в разделе «Уточненный таргетинг», который позволяет максимально гибко настроить аудиторию по демографическим данным
- в) вариант таргетинга, доступный в разделе «Таргетинг». Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама. Можно использовать дополнительные демографические данные, сведения об интересах и моделях поведения людей

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

1. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

- а) кабинетное исследование
- б) панельное исследование в. полевое исследование

1. К методам сбора информации при полевых исследованиях рынка относятся...

- а) наблюдение;
- б) анализ информационно-справочной и нормативной литературы;
- в) контент-анализ;
- г) анализ тенденций развития рынка по официальным печатным источникам.

3. Отличительной чертой наблюдения является:

- а) пассивная регистрация событий;
- б) активное участие наблюдателя в изучаемом процессе;
- в) сбор непосредственной информации из вторичных источников.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2. Индивидуальные задания

Целью индивидуальных заданий является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; выполнение индивидуальных заданий позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги

Задание1. Разработать план и стратегию продвижения конкретного товара с определенными свойствами в социальных медиа: выбрать целевую аудиторию, тип социальных медиа, сроки продвижения, охват аудитории, программу продвижения товара.

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

Задание 1. Вы менеджер маркетингу фирмы, занимающейся производством кондитерской продукции. Вместе с коллегами Вы хотите найти новый подход к рекламированию своей продукции: сделать акцент не на характеристиках продукта, а на эмоциях клиента, для этого использовали метод завершения предложений. Составьте и проведите тест на завершение предложений, чтобы определить отношение потребителей к покупному и домашнему торту. Проанализируйте полученную информацию и на основе полученного результата разработайте основную идею для 30 секундного видео ролика.

Задание 2. Разработайте и проведите тест на словесные ассоциации с целью определения отношения студентов к питанию вне дома.
Какие предварительные выводы можно сделать?

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения проверки индивидуальных заданий используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором

ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка;

контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Темы рефератов

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги

- a) Социальный медиа маркетинг
- b) Современная реклама: особенности и виды
- c) История развития социальных медиа: плюсы для маркетинговых решений
- d) Особенности рекламы в Интернете: преимущества

Тема 2. Тренды маркетинга в соцмедиа

- a) Место персонального брендинга в социальных медиа
- b) Нестандартные приемы продвижения в социальном медиа маркетинге
- c) Сравнительные характеристики традиционного и цифрового маркетинга
- d) Области применения социального медиа маркетинга
- e) Разработка стратегии маркетинга в соцмедиа

Тема 3. Инструментарий SMM

- a) Особенности продвижения в ВК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
- b) Особенности продвижения в fb (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
- c) Особенности продвижения в ОК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)

d) Особенности продвижения в twitter (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

- a) Системы веб-аналитики и мониторинга соцмедиа
- b) Особенности поведения потребителей в соцмедиа
- c) Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
- d) Особенности медиаизмерений в цифровой среде

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично	Ответы на вопросы полные с приведением	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
		полные	примеров и/или пояснений	
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;

Критерии	Показатели
	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение ситуационных задач

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Пример ситуационной задачи

Тема 1. Основы Social Media Marketing Преимущества социальных сетей в продвижении продукта /услуги.

Задание 1. В рекламное агентство поступил заказ от магазина молодежной моды, выходящего на региональный рынок на разработку рекламной кампании.

Объект исследования: магазин молодежной одежды.

Предмет: продвижение магазина молодежной одежды в социальных медиа.

В рамках проводимого исследования для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиа-маркетинга,
- исследование организации, ее позиции на рынке города среди конкурентов,
- исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения магазина молодежной одежды
- описание способов продвижения в социальных медиа магазина молодежной одежды.

Тема 4. Маркетинговые исследования в социальных медиа

Задание 1. Вы - менеджер маркетингового агентства получили заказ на проведение опроса с целью уточнения имиджа марки «Х». Полученная информация должна явиться основой для разработки РК в стиле латерального маркетинга. Для получения информации было решено использовать фокус-групповое исследование. Сформулируйте вопросы, с помощью которых Вы сможете выяснить ситуации первого знакомства с маркой, уместность использования данной марки по сравнению с конкурентами, направленные ассоциации (с маркой автомобиля, музыкальной группой, аксессуаром, фильмом, цветом, киноактером и т.д.). Для определения экстремальности, следует попросить респондентов дать характеристику марки одним словом.

Задание 2. Вы - менеджер маркетингового агентства получили заказ на проведение опроса, целью которого является тестирование названий кондитерской (торты) и готовой рыбной (колбаса) продукции. Целевая аудитория, определенная заказчиком это:

- для кондитерской продукции (работающие замужние женщины 25-40 лет, имеющие детей, проживающие в городе, ценящие домашний уют и семейные традиции, ведущие активный образ жизни);
- для готовой рыбной продукции (молодые люди 17-25 лет, учащиеся, проживающие отдельно от родителей, с доходом (от ___ до ___), ориентирующиеся на продукты, не

требующие дополнительной обработки; мужчины и женщины 55 лет и старше, с доходом (от ___ до ___), ориентирующиеся на недорогие, но полезные продукты).

Разработайте

Разработайте:

- техническое задание для фокус-группового исследования;
- анкету для рекрутирования;
- топик-гайд;
- анкету для экспресс –тестинга;
- бланк для регистрации ассоциаций, вызванных названиями.

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения ситуационной задачи

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none">– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;– свободное владение профессиональной терминологией;– умение высказывать и обосновать свои суждения;– студент дает четкий, полный, правильный ответ на поставленный вопросы;– студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none">– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационной задачи, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;– ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none">– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационной задачи, не может доказательно обосновать свои суждения;– обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none">– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решена ситуационная задача;– в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационной задачи.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития

творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемая компетенция

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Вопросы к зачету с оценкой

1. SMM: определение, основные понятия
2. История возникновения SMM
3. Обзор социальных интернет-платформ
4. Стратегии продвижения через социальные сети
5. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
6. Цели и тактики SMM
7. Особенности организации SMM-кампаний в ВК

8. Особенности организации SMM-кампаний в FB и Insta
9. Особенности организации SMM-кампаний в ОК
10. Организация SMM-кампаний в видеосоцсетях.
11. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
12. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
13. Системы мониторинга и аналитики SMM.
14. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
15. Особенности поведения потребителей в соцмедиа
16. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
17. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
18. Работа с негативом в соцмедиа
19. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа
20. SMM как часть трансмедийной кампании

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение тестовых, индивидуальных заданий, рефератов, решение ситуационных задач, а также посещаемость занятий, активность при выполнении заданий, результаты выполнения практических заданий.

Реферат оценивается по пятибалльной системе (подробнее указано в п. 6.3.3). Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы. Более подробно критерии оценки реферата студента представлены в п. 6.3.3 настоящей РПД.

Критерии оценки выполнения тестовых, индивидуальных заданий и решение ситуационных задач представлены в п. 6.3.1, 6.3.2 и 6.3.4 соответственно.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1 Основная учебная литература

1. Л. А. Данченко . Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для бакалавров и специалистов вузов/ под общ. ред. Л. А. Данченко.-М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013.- 288бс.
2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов /

В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с.

7.2 Дополнительная учебная литература

1. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для вузов/ Фрэнк Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 523 с.
2. Миллер А. **Реклама**: энциклопедия для всех/ Миллер, А. М.: Вершина, 2003.- 252 с.
3. Н. В. Аниськина. Наружная **реклама**: [учеб. пособие]/ [сост.: Н. В. Аниськина, Т. Б. Кольшшкина]-Москва: Форум Москва: ИНФРА-М, 2014.- 207 с.
4. М. В. Ягодкина. **Реклама** в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие для бакалавров и специалистов/ М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]-Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2014.- 302 с.

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями и дополнениями) «О средствах массовой информации».
3. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (с изменениями и дополнениями) «О государственной тайне».
4. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
7. Федеральный закон от 27.11.2010 N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

7.4. Для самостоятельной работы

1. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=342116>
2. Чамкин А.С. Социология коммуникации: Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 295 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=344978>
3. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности: Учебник / А.Б. Оришев. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 235 с.
4. Давыдкина И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления : монография / И.Б. Давыдкина. - М.:ИНФРА-М, 2018. - 126 с.

8.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

2. Официальный сайт журнала «Рекламные технологии» - <http://www.rectech.ru/journal/anons.html>;
3. Официальный сайт журнала «Рекламные идеи» - <http://www.advi.ru/>;
4. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат — письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление

2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

— обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

— основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

— рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

— общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...»

III «Заключение. Выводы». В заключение реферата студент должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

— хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;

- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;

— ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.

— постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

— начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;

— огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;

— не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);

— поблагодарите слушателей за внимание

— старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад — публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

— выбор конкретной темы;

— цели, преследуемые вами в работе;

— критерии успешности конечного результата;

— структура и формат изложения;

— характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

—сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;

—написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно: какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

— определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);

— решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;

— решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:

— составьте список того, что вам предстоит сделать;

— расположите дела в порядке очередности их выполнения;

—составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

а) прочтите весь доклад;

б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;

д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

— составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

— не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

— свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия;
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков — не менее 24.
- Для информации — не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

— Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

— Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

— С текстом;

— С таблицами;

— С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

— Название исследования.

— Содержание.

— Цель самостоятельной работы.

— Ход и результат исследования.

— Выводы.

— Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА

Методические указания
к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Маркетинг в социальных медиа»

Калининград

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цель курсовой работы - систематизировать, закрепить и расширить теоретические и практические знания студентов по маркетингу в социальных медиа, а также способствует развитию у студентов навыков к исследованиям в области продвижения брендов и бизнеса в социальных сетях, умений систематизировать, излагать результаты по изучаемым направлениям деятельности предприятий в условиях современного рынка.

Задачами курсовой работы являются:

1. содействие более глубокому усвоению студентами дисциплины;
2. углубление, расширение и систематизация теоретических и практических знаний студента по направлению подготовки;
3. развитие навыков использования литературных источников, инструментов, методов продвижения в социальных сетях, компьютерной техники;
4. овладение методикой исследования при решении конкретных коммерческих задач, разрабатываемых в курсовой работе;
5. овладение умением делать самостоятельно экономическое обоснование, выводы и предложения.

2. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является завершающим этапом изучения дисциплины «Маркетинг в социальных медиа» и выполняется на базе конкретного объекта.

Курсовая работа должна содержать теоретический раздел, при выполнении которого студент рассматривает основные понятия и методы в рамках выбранной темы, осуществляет обзор методик и описывает используемую методику.

Исследовательская (аналитическая) часть курсовой работы может быть построена на основе анализа аналогичного отечественного или зарубежного опыта работы, выдвижения гипотез развития событий, прогнозирования ожидаемых результатов, анализа текущего состояния, формулировки проблем.

Проектный раздел работы должен содержать описание мероприятий, структурные изменения, которые они повлекут за собой.

Курсовая работа по управлению качеством должна включать:

- ~ выбор объекта исследования;
- ~ разработку выбранной темы и структурирование материала по ней;
- ~ анализ функционирования исследуемого объекта;
- ~ выявление проблем и критических областей в функционировании объекта;
- ~ поиск резервов улучшения ситуации;
- ~ предложение проектных решений;
- ~ предложения направлений развития исследуемого объекта с учетом проведенного анализ.

Требования к выполнению курсовой работы

1. Использование информационной базы: статистический материал по экономическим процессам, нормативно-правовые документы, данные мониторинга процессов, данные внутреннего и внешнего аудитов и т. п.

2. Применение приемлемых в рамках выбранной темы методов для анализа функционирования объекта.

3. Применение современного программного обеспечения для проведения расчетов, принятия и обоснования решений, графической иллюстрации материала проведенного анализ.

4. Оформление курсовой работы в соответствии с требованиями и правилами, предъявляемыми к курсовым проектам (работам).

Процесс подготовки и защиты курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов.

1. Выбор темы и объекта исследования.
2. Постановка цели и задач исследования.
3. Подбор и изучение источников информации в соответствии с выбранной темой (учебники; монографии; журналы; интернет-сайты; документы, содержащие данные статистического, оперативного, управленческого учета и отчетности; нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность объектов исследования и др.).

4. Разработка структуры курсовой работы.
5. Согласование структуры курсовой работы с научным руководителем.
6. Изучение теоретических аспектов в рамках выбранной темы исследования.
7. Проведение анализа функционирования исследуемого объекта.
8. Разработка проектных решений по улучшению функционирования объекта исследования.

9. Подготовка к защите курсовой работы.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ:

За время изучения дисциплины студент выбирает интересующую его тему для исследования в рамках рекомендаций руководителя курсовой работы.

Допускается возможность самостоятельной формулировки темы курсовой работы с учетом интересов студента и в пределах научной и практической проблематики изучаемой дисциплины. При этом тема должна быть предварительно согласована с научным руководителем.

1. Применение SMM в B2C.
2. Применение SMM в B2B.
3. Омниканальность и соцсети во взаимодействии с потребителем.
4. Соцсеть в продвижении торговой организации.
5. Анализ конкурентов торговой организации в соцсети.
6. Конкурсы, как инструменты продвижения в соцсетях.
7. Контент, как инструмент продвижения в соцсети.
12. Продвижение бизнеса во ВКонтакте.
13. Продвижение брендов в соцсети Одноклассники.
14. Использование сервисов сбора статистики, анализа эффективности продвижения в соцсетях.
15. Применение чат-ботов в соцсетях.
16. SEO-оптимизация сайта торговой организации во взаимодействии с социальными сетями.
17. Создание сообщества в соцсети.
18. Таргетированная реклама в соцсети.
19. Привлечение блогеров в соцсети.
20. Интернет-маркетинг для B2B.
21. Интернет-маркетинг для B2C.
22. Видеомаркетинг в социальной сети.
23. Вирусный маркетинг в социальной сети.

24. Управление контентом в социальной сети.
25. Формирование и позиционирование сообщества в соцсети.
26. Маркетинговые аспекты продвижения бренда в соцсети.
27. Маркетинговые аспекты продвижения проекта в соцсети.
28. Технологии проведения маркетинговых исследований в соцсети.
29. Программа интернет-маркетинга.
30. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в социальной сети

4. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа по дисциплине должна иметь следующую структуру:

Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.

Теоретическая часть (10-15 страниц): В задачи теоретической части входит отражение теоретических аспектов выбранной темы курсовой работы. В этой части должен быть дан понятийный аппарат, используемый студентом для проведения анализа. Важным является использование современных подходов, методологии и методик анализа как российских, так и зарубежных авторов по выбранной теме.

Аналитическая часть (10-15 страниц): Аналитическая часть курсовой работы должна быть отражением теоретической части в «привязке» к объекту исследования. Анализируются местоположение коммерческого предприятия и границы потребительского рынка его деятельности, характеризуется организационно-правовая структура, материальнотехническая база и анализируются основные финансово-экономические показатели хозяйственной деятельности, отражающие состояние и потенциал предприятия. При анализе организационно-хозяйственной деятельности предприятия акцент должен быть сделан на показатели, которые наиболее тесно связаны с темой работы. В содержании может быть представлена также оценка внешней среды, включающая конкурентную среду и потребительский рынок.

Предложения по улучшению объекта исследования (10-15 страниц): Является одной из важнейших частей курсовой работы. Эта часть позволяет студенту показать свое умение творчески мыслить и находить оптимальное решение в устранении несоответствий, выявленных в ходе анализа функционирования объекта исследования. Здесь можно рассмотреть несколько вариантов проектных решений, давая обоснование каждому из них с позиции его сильных и слабых сторон. Затем необходимо выбрать наиболее приемлемые для исследуемого объекта с позиции используемых ресурсов и возможности реализации. В завершении необходимо сделать прогноз на развитие объекта исследования с учетом выполнения всех рекомендаций.

Заключение (2-3 страницы): Заключение является итогом проделанной работы над курсовой работой. В нем должны быть даны ответы на все поставленные вопросы и задачи в начале работы. Структура заключения включает следующие моменты: информацию об используемой методике и инструментарии анализа; краткие выводы по каждому разделу работы; краткое описание выявленных в ходе анализа проблем и критических областей в функционировании объекта исследования; описание предлагаемых решений по улучшению качества функционирования исследуемого объекта; возможны рекомендации для дальнейшего развития объекта исследования.

Список литературы (2-3 страницы): Библиографический список должен отражать полный перечень всех используемых материалов, включая информацию, взятую из Интернета. В нем должны быть как основные учебные пособия по теме, так и различные научные статьи, отражающие современные тенденции развития данного вида анализа. Студенту необходимо продемонстрировать умение находить, отбирать и анализировать

информацию из разных источников. Список всех используемых источников должен включать не менее 20 наименований. Описание источников должно составляться в соответствии с требованиями к оформлению списка литературы.

Приложения (объем не ограничивается)

Объем курсовой работы не менее 30 и не более 40 страниц.

Оформление курсовой работы осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по оформлению курсовых работ.

Образец оформления титульного листа представлен в приложении А.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается на «Отлично», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Работа оформлена в полном соответствии с шаблоном и правилами оформления курсовых работ;
4. Содержание работы соответствует заданию;
5. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
6. Работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной;
7. В списке литературы широко представлены авторитетные и актуальные источники по теме работы;
8. При защите курсовой работы студенты свободно ориентируются в ее содержании, дают необходимые пояснения.

Курсовая работа оценивается на «Хорошо», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Содержание работы соответствует заданию;
4. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
5. Работа актуальна, написана самостоятельно;
6. В списке литературы достаточно представлены важные и актуальные источники по теме работы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. В работе допущены отдельные незначительные нарушения правил оформления;
2. По отдельным важным аспектам темы отсутствуют самостоятельные выводы;
3. При защите курсовой работы студенты смогли ответить не на все поставленные вопросы, возникали затруднения при пояснении расчетов и пр. При этом было продемонстрировано овладение ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы.

Курсовая работа оценивается на «Удовлетворительно», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Отсутствуют грубые нарушения правил оформления курсовой работы;
3. В работе рассмотрены наиболее важные аспекты темы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Работа выполнена с нарушением графика, не защищена в установленный расписанием сессии срок;
2. В работе имеются многочисленные незначительные нарушения правил оформления;
3. Содержание работы частично не соответствует заданию;
4. Тема исследования раскрыта не полностью, выполнены не все поставленные задачи;
5. При защите курсовой работы студенты затруднялись при ответах на вопросы, допускали ошибки, не всегда могли пояснить расчеты и пр. Овладение на должном уровне ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы продемонстрировано не было.

Курсовая работа оценивается на «Неудовлетворительно», если имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет менее 60%;
2. Файл с курсовой работой при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта имеет статус «Подозрительный документ»;
3. В работе имеются грубые нарушения правил оформления, она не соответствует утвержденному шаблону;
4. Содержание работы не соответствует заданию;
5. Тема исследования не раскрыта;
6. Работа содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений;
7. При защите курсовой работы студенты продемонстрировали неудовлетворительный уровень овладения теоретическими, методологическими или практическими аспектами темы исследования.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА
КАНТА
Высшая школа бизнеса и предпринимательства**

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: « _____ »

по дисциплине «Маркетинг в социальных медиа»

студента __ курса
направления _____,
профиль « _____ »

Иванова Сергея Николаевича

Научный руководитель:
К.э.н., доцент
Петров Иван Иванович

Отметка о допуске к защите:

_____ « ____ » _____ 202_ г.
(Подпись)

Оценка по итогам защиты:

_____ « ____ » _____ 202_ г.
(Подпись)

Калининград 202_


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»
Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 » / « 03 » 2021 г.


«Согласовано»
Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурькова
« 03 » / « 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Разработка товарной политики»
Шифр: 38.03.02**

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Разработка товарной политики»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий	Ошибка! Закладка не определена.
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.4. Тематика курсовых работ	
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.2 Задачи	15
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.4. Решение кейсов	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	24
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	.26
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
7.1. Основная учебная литература.....	27
7.2. Дополнительная учебная литература	27
7.3. Нормативные документы	28
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	34
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	34

Наименование дисциплины (модуля)

«Разработка товарной политики»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Разработка товарной политики» является формирование профессиональных компетенций в области управления товарной политикой компаний на рынке.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">• теоретические основы формирования товарной политики компании: компоненты, цели и задачи• теоретические и методологические основы разработки нового товара;• теоретические и методологические основы управления ассортиментом компании; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать и тестировать концепцию нового товара с применением экономико-математических моделей;• разрабатывать техническое задание на создание упаковки нового товара, тестирование упаковки;• проводить анализ конкурентоспособности товара (услуги);• выполнять стратегически и тактический анализ ассортимента компании;• оценивать сбалансированность товарного ассортимента;• принимать решения в области управления товарным ассортиментом. Владеть: <ul style="list-style-type: none">• владеть навыками разработки и тестирования нового товара;• владеть навыками оценки конкурентоспособности товара (услуги);• владеть знаниями, умениями и навыками принятия решений в области управления ассортиментом.	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Знать: <ul style="list-style-type: none">• теоретические основы формирования товарной и ассортиментной политики компании как основы ее конкурентоспособности• методологические основы процесса	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений

разработки нового товара и формирования ассортимента; • методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).		деятельности и организаций
Уметь: • выполнять стратегический анализ ассортимента; • принимать управленческие решения в области ассортимента, направленные на повышение конкурентоспособности компании;		
Владеть: • владеть навыками стратегического анализа в области товарной и ассортиментной политики компании.		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Разработка товарной политики» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг Управление брендами Поведение потребителей Интегрированная логистика Управление маркетингом	Разработка товарной политики	Управление продажами Коммерческая деятельность Маркетинговые коммуникации Методы разработки и принятия управленческих решений Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в маркетинге Стратегический маркетинг Менеджмент качества	Разработка товарной политики	Управление продажами Коммерческая деятельность Бизнес-планирование Инвестиционный менеджмент Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	64,25
Самостоятельная работа	103,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5. Табл.1

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	59	10	17	10	18	4		
Тема 2. Методологические основы разработки	58	10	17	10	17	4		

нового товара.								
Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компаний.	62	12	17	12	17	4		
Итого	180	32	51	32	52	12	0,25	0,75
Контактная работа	76,25	32		32		12	0,25	
Самостоятельная работа	103,75		51		52			0,75
Промежуточная аттестация	Экзамен							

4.1.Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	Товарная политика: сущность, компоненты, стратегии. Понятие «товара» в маркетинге: многоуровневые модели товара. Товарная информация: виды. Маркировка как средство товарной информации. Штриховое кодирование товаров. Информационные знаки: виды, сущность. Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание Конкурентоспособность товара: сущность, субъекты оценки и источники информации. Критерии конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Критерии конкурентоспособности товара, повышающие потребительную стоимость товара: Определение цены потребления как фактора конкурентоспособности товара.
2	Методологические основы разработки нового товара.	Понятие «новый товар». Этапы процесса разработки нового товара. Концепция нового товара: сущность, компоненты, тестирование. Совместный анализ как основной метод итогового тестирования концепции товара. Технико-экономический анализ как этап разработки нового товара: сущность, цель, этапы. Выбор критерия эффективности проектного решения. Критерии эффективности проектов и их сущность.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Анализ чувствительности и сценарный анализ в технико-экономическом анализе.</p> <p>Разработка упаковки.</p>
3	<p>Методологические основы управления ассортиментом компании.</p>	<p>Категорийный менеджмент как концепция управления ассортиментом в розничной торговле: понятие, правила, области применения, преимущества и трудности внедрения.</p> <p>Этапы формирования ассортимента.</p> <p>Стратегические аспекты управления ассортиментом: выбор конкурентной стратегии и концепции позиционирования.</p> <p>Ассортиментная политика компании: понятие, компоненты, положение об ассортиментной политике.</p> <p>Этапы управления ассортиментом по товарным категориям.</p> <p>Товарный классификатор: понятие, структурирования ассортимента по уровням - класс, товарная группа, категория.</p> <p>Товарная категория: понятие, принципы построения, структура, свойства.</p> <p>Типичные ошибки в построении товарного классификатора.</p> <p>Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум</p> <p>Понятия «ширина», «глубина» и «сбалансированность» ассортимента.</p> <p>Основные виды анализов ассортимента: сущность и частота применения: ABC-анализ. Графические методы определения границ групп А, В, С. XYZ-анализ: понятие, этапы, выводы. Совмещенный ABC- XYZ-анализ: сущность, выводы, этапы. Анализ взаимосвязи покупок: сущность, методы.</p> <p>Оборачиваемость товарных запасов: основные понятия (средний товарный запас, период) и важные моменты. Коэффициенты оборачиваемости: расчеты, анализ, ошибки. Норма оборачиваемости. Факторы, влияющие на формирование норм оборачиваемости. Анализ результатов оборачиваемости - матрица «Оборачиваемость-Маржа»: построение, выводы</p>

1.2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание. Факторы конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Принципы и цели оценки конкурентоспособности товара Этапы и методы оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности услуги.
2	Методологические основы разработки нового товара.	Упаковка товара: сущность, функции. Этапы разработки упаковки товара и их сущность. Разработка технического задания на создание упаковки: компоненты и их особенности. Тестирование упаковки: этапы и их сущность. Содержание комплекса работ по выведению нового товара на рынок. Оценка уровня риска нового товара. Пробный маркетинг: сущность, виды. Анализ успешности освоения нового товара после его выведения на рынок (по Ламбену).
3	Методологические основы управление ассортиментом компании.	Товарные категории и их роль в ассортименте. Виды категорий. Кросс-категориальный анализ: сущность, этапы. Балансировка ассортимента «по ширине». Балансировка ассортимента «по глубине». Ценообразование. Корректировка цен на товары внутри категории. Процесс мерчандайзинга. Общие правила планировки торгового зала. Распределение торговой площади между категориями товаров. Деление торговой площади по приоритетности. Эффективность использования торговых площадей. Стратегические и тактические методы анализ ассортимента. Оборачиваемость товарных запасов: основные понятия, коэффициенты оборачиваемости: расчеты, анализ, ошибки.

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические	1.Подготовка презентации на тему «Товарная информация» 2.Решение практических задач по теме «Оценка конкурентоспособности товара (услуги)». 3.На примере конкретного товара (услуги) разработайте систему критериев оценки конкурентоспособности товара

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	(услуги), подберите (разработайте) шкалы для оценки конкурентоспособности товара (услуги), оцените важность критериев оценки, рассчитайте комплексный показатель конкурентоспособности товара (услуги).
2	Методологические основы разработки нового товара.	<p>1. На примере конкретного товара разработайте концепцию нового товара, представьте концепцию в виде презентации, выделите заголовок концепции, основной текст концепции.</p> <p>2. Протестируйте концепцию нового товара с помощью фокус-группы с использованием метода совместного анализа.</p> <p>3. Выполните сравнительный анализ упаковок-конкурентов. Оцените упаковки с помощью системы критериев, предложите рекомендации по совершенствованию упаковки (на примере конкретного товара).</p>
3	Методологические основы управления ассортиментом компании.	<p>1. Проанализируйте товарный классификатор (на примере конкретного предприятия). Оцените грамотность товарного классификатора, выделите недостатки и ошибки в товарном классификаторе.</p> <p>2. Проведите анализ сбалансированности товарного ассортимента по ширине с помощью кросс-категориального анализа, выявите проблемы в ассортименте, предложите пути решения.</p> <p>3. Проведите анализ глубины ассортимента (на примере конкретного предприятия, например предприятия по которому пишете диплом).</p> <p>4. С использованием методов стратегического и тактического анализа ассортимента проведите анализ ассортимента, выявите проблемы, предложите пути их решения (на примере конкретного предприятия).</p>

4.4. Тематика курсовых работ

1. Разработка системы сбалансированных показателей применительно к товарной деятельности предприятия.
2. Анализ результативности товарной политики в рамках продуктоориентированного подхода управления компанией.
3. Анализ и совершенствование системы управления товарной политикой на предприятии.
4. Построение атрибутивной карты позиционирования для товарной марки (товара).

5. Разработка и обоснование товарной стратегии предприятия.
6. Анализ товарного портфеля и разработка рекомендаций по его совершенствованию.
7. Разработка и тестирование концепции нового товара (на примере предприятия).
8. Совершенствование ассортимента производственного предприятия.
9. Оптимизация промышленного ассортимента производственного предприятия на основе теории игр.
10. Оптимизация ассортимента торговой организации на основе концепции категорийного менеджмента.
11. Тактические аспекты управления ассортиментом предприятия розничной торговли.
12. Анализ и совершенствование ассортимента предприятия розничной торговли.
13. Разработка и тестирование упаковки товара (на примере...).
14. Совершенствование упаковки товара (на примере...).
15. Совершенствование системы управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли на основе концепции категорийного менеджмента.
16. Разработка программы пробного маркетинга при выводе нового товара на рынок.
17. Анализ и оценка этапа жизненного цикла товара.
18. Оценка качества товара (на примере...).
19. Оценка конкурентоспособности товара (на примере...).
20. Разработка концепции мерчандайзинга для предприятия розничной торговли.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги).	ОПК-3 ОПК-4	Решение задач		письменно
Тема 2. Методологические основы разработки нового товара.	ОПК-3 ОПК-4	решение задач		письменно
Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компании.	ОПК-3 ОПК-4	решение задач		письменно
	ОПК-3		экзамен	Устно/письме

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
	ОПК-4			нно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать основные принципы, современные научные подходы к управлению товарной и ассортиментной политикой. Знать методы анализа товарной и ассортиментной политики компании.	1-4
2	Владение научными принципами, подходами и методами управления товарной и ассортиментной политикой компании.	1-4

Код компетенции	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать основные принципы, современные научные подходы к управлению товарной политикой. Знать методы стратегического анализа товарной и ассортиментной политики компании.	1-4
2	Владение научными принципами, подходами и методами стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании, включая разработку нового товара, ввод и выведение товара из ассортимента.	1-4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения в области товарной политики с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	Знание основ концепции управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Знание методологии управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Умение принимать управленческие решения в области товарной политики компании.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен

Код компетенции	ПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций	

	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых товаров, выведения их на рынок	Знание научных принципов, подходов стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Знание научных методов стратегического управления товарной и ассортиментной политикой компании.	Умение применять на практике научные подходы, методы стратегического анализа товарной и ассортиментной политики.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему

сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		закрепленное в практическом навыке	саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	------------------------------------	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.2 Задачи

Тема 1. Товарная политика компании: основные понятия, цели и задачи. Методологические основы формирования конкурентоспособности товара (услуги)..

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Задача по оценке конкурентоспособности услуги. Оцените конкурентоспособность услуги методом комплексного предложения на рынке.

Таблица – Оценка конкурентоспособности услуги методом «Комплексного предложения на рынке»

Составляющие конкурентоспособности	Коэф. важности	Обобщающий коэффициент	Товары	Средняя оценка
------------------------------------	----------------	------------------------	--------	----------------

	в группе	важности	1	2	3	
1. Информационная составляющая услуги A=0,15						
- реклама на радио						
- баннеры						
- календари						
- смс рассылка						
- звонки клиентам						
2. Продуктовая составляющая A=0,3						
- широта предоставляемых услуг						
- качество услуг						
- удобство эксплуатации						
- качество монтажа						
3. Сервисная составляющая A=0,5						
- техническое оснащение						
- гарантия обслуживания						
- количество групп быстрого реагирования						
4. Ценовая составляющая A=0,05						
- скидки						
- акции						
- приемлемые цены						
Взвешенная сумма оценок G						

Задание 2. Оцените конкурентоспособность услуг розничной торговли компании ООО «АлМик». Рассчитайте обобщающий коэффициент конкурентоспособности, сделайте соответствующие выводы, предложите пути повышения конкурентоспособности розничной торговли компании.

Таблица 12 – Сравнительный анализ конкурентов ООО «АлМик»

Категории	АлМик	Альмак	КД	Мушкино	Гвардейский м-т	ЕТС	Роминта	Эталон
1. Товарная политика								
1.1 Широта ассортимента	11	9	11	5	9	7	7	11
1.2 Длина товарной линии: -сыровяленные и сырокопченые изделия	18	14	9	17	5	4	1	18

1.3 Длина товарной линии: - вареные колбасы	2	3	12	3	22	10	5	22
1.4 Длина товарной линии: - полукопченые изделия	11	9	15	-	29	5	6	29
1.5 Наличие сертификатов качества (по информации на упаковке)	ГОСТ, ОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС	ГОСТ, ТУ, ЕАС (РСТ)	ГОСТ, ТУ, ЕАС	-
1. Товарная политика								
1.6 Наличие медалей, призов и дипломов на конкурсах (кол-во)	0	3	13	0	0	8	6	13
1.7 Оценка информативности и упаковки (1-5)	4	5	5	4	2	3	4	5
2. Ценовая политика								
2.1 Цены на сыровяленые и сырокопченые изделия за кг	[295-945]	[559-1623]	[396-1185]	[1640-2294]	[352-695]	[360-460]	[316]	295
2.2 Цены на вареные колбасы за кг	[150-250]	[205-442]	[159-322]	[742-1090]	[202-399]	[280-340]	[204-559]	150
2.3 Цены на полукопченые изделия за кг	[240-370]	[360-1596]	[180-557]	-	[260-411]	[320-410]	[280-437]	180
3. Сбытовая политика								
3.1 Количество собственных торговых точек	1	1	7	2	1	22	43	43
3.2 Количество типов каналов сбыта	3	5	3	5	3	3	3	5
3.3 Наличие нетрадиционных каналов сбыта (интернет)	нет	да	нет	да	нет	нет	нет	-
4. Политика коммуникаций								
4.1 Оценка сайта по 5-ти балльной шкале	3	5	5	2	4	5	3	5
4.2 Присутствие в социальных	0	0	1	2	1	0	2	2

сетях								
4.3 Участие в ярмарках, выставках	да	да	да	да	да	да	да	-
4.4 Реклама на ТВ и радио	нет	да	да	да	да	да	да	-
4.5 Наружная реклама	нет	да	да	да	да	да	да	-
4.6 Общее число средств коммуникаций	2	4	5	5	5	4	5	5

Тема 2. Методологические основы разработки нового товара.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Туристическая компания занимается разработкой новых туров. Разработано несколько концепций новых туров. С помощью метода совместного анализа данные концепции были протестированы на трех целевых сегментах: молодежь, семьи, старший возраст. Была оценена частная полезность характеристик данных туров. Результаты проведенного совместного анализа приведены в таблице.

Таблица - Частные полезности характеристик нового товара для различных сегментов

Свойства	Сегменты		
	Молодежь	Семьи	Старший возраст
Активность:			
Культура	+0,10	-0,20	+0,20
Спорт	+0,30	-0,10	-0,20
Отдых	-0,40	+0,30	0
Цена (тыс.руб.)			
45	+0,50	+0,40	+0,30
70	-0,10	-0,10	-0,10
150	-0,40	-0,30	-0,20
Место			
Море	+0,10	+0,50	-0,30
Горы	+0,10	+0,10	-0,10
Природа	-0,20	-0,60	+0,40

Определите функцию полезности для сегмента "молодежь".
Нарисуйте графики частных полезностей.

Проанализируйте чувствительность каждого сегмента к различным свойствам. Какой вариант следует предложить каждому сегменту исходя из полученных результатов тестирования концепций нового товара?

Задание 2. Оцените эффективность двух проектов новых товаров с помощью расчета чистого дисконтированного дохода и выберите наилучший вариант проекта. Норма дисконта равна 10%.

Таблица - Прогнозируемые показатели выручки и затрат по проектам

Год	Проект А		Проект Б	
	затраты	выручка	затраты	выручка
1	100	0	200	0
2	100	150	100	500
3	50	300	0	200
4	50	350	0	100

Задание 3. На начальном этапе проектирования новой системы имеются три возможных варианта проекта: вариант 1, 2, 3. Вам необходимо выбрать и обосновать наилучший вариант проектируемой системы, исходя из следующих критериев: величина целевого эффекта - Р, затраты на проектирование и производство системы - Z, время создания системы -Т. По согласованию с заказчиком были получены желательные значения критериев: Р=100, Z=100, Т=100. Значимость критериев, а также их значения по различным вариантам проектов представлены в таблице.

Таблица - Прогнозируемые показатели проектов

Варианты проектов	Р	Z	Т
Вариант 1	150	200	120
Вариант 2	80	90	80
Вариант 3	140	150	110
Коэффициент значимости критерия	0,7	0,1	0,2

Задание 4. Для оценки вариантов проектируемой системы используются в качестве критериев эффективности частные показатели: вероятность ошибки системы (λ) и стоимость получения результата (z). В техническом задании на проектирование системы оговорены предельные значения: $\lambda < 10^{-2}$, $Z < 1000$. . Относительная важность показателей не известна. Рассматриваются три проектных варианта системы. Выберите и обоснуйте наилучший вариант проекта.

Таблица - Прогнозируемые показатели проектов

Показатели	Значения показателей по проектным вариантам		
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
λ	$0,5 \cdot 10^{-2}$	$0,3 \cdot 10^{-2}$	$0,1 \cdot 10^{-2}$
Z	400	600	900

Задание 5. Задача по оценке риска при выводе на рынок нового товара.

В процессе планирования вывода на рынок нового товара экспертами было сформировано три возможных плана маркетинговой поддержки проекта. Оцените ожидаемую прибыль и уровень риска всех возможных вариантов вывода на рынок нового товара и выберите наиболее оптимальный вариант.

Таблица - Прогнозируемые показатели вывода на рынок нового товара

План маркетинга	Рыночные состояния					
	благоприятное		удовлетворительное		неблагоприятное	
	вероятность	прибыль	вероятность	прибыль	вероятность	прибыль
П1	0,3	500	0,6	300	0,1	-100
П2	0,3	600	0,5	400	0,2	50
П3	0,1	700	0,3	400	0,6	100

Тема 3. Методологические основы управления ассортиментом компании.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задание 1. Для специализированного магазина кондитерских изделий, торгующему следующими товарами: галеты (хлебцы), мармелад (12 видов), конфеты шоколадные в коробках и на развес, халва: ванильная, шоколадная, с арахисом, с изюмом, круассаны с разными наполнителями (7 видов), кексы фасованные и нефасованные; пирожные на развес (12 видов), зефир шоколадный, зефир ванильный, торты вафельные шоколадные, печенье масляное, печенье сухое, печенье «рулетики», рулеты с кремом, леденцы в коробках, леденцы на развес, крекеры: соленые, к пиву, с кунжутом, вафли: шоколадные, ванильные, низкокалорийные (всего 5 видов).

Вам необходимо:

1. Сформировать ассортиментную матрицу.
2. Провести анализ сбалансированности ассортимента по ширине с помощью кросс-категориального анализа, сделать выводы.

Таблица – Выручка и прибыль по товарным категориям, руб. в год

ТОВАРНАЯ КАТЕГОРИЯ	Оборот за год, руб	Прибыль за год, руб
1. Конфеты шоколадные фасованные	161588	48476
2. Пирожные фасованные	156180	34360
3. Печенье	141464	24048
4. Леденцы	50116	19044
5. Крекеры	76364	16036
6. Вафли	67704	15572

7. Конфеты шоколадные в коробках	169716	50916
8. Зефир	89756	26928
9.Рулеты	99460	20888
10.Мармелад	14080	2956
11.Торты вафельные	148876	25308
12. Круассаны	51068	11236
13.Галеты (хлебцы)	38900	7000
14. Халва	50232	11552
15. Кексы фасованные	41436	10772

Задание 2. Выполните авс-анализ по двум параметрам: выручке и прибыли методом касательной. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица - АВС-анализ товарного ассортимента по двум параметрам методом касательной

Категория	Оборот за 1 квартал, тыс.руб.	Прибыль за 1 квартал, тыс.руб.
Конфеты шоколадные в коробках	42 429	12 729
Конфеты шоколадные фасованные	40 397	12 119
Пирожные фасованные	39 045	8 590
Зефир	22 439	6 732
Торты вафельные	37 219	6 327
Печенье	35 366	6 012
Рулеты	24 865	5 222
Леденцы	12 529	4 761
Крекеры	19 091	4 009
Вафли	16 926	3 893
Халва	12 558	2 888
Круассаны	12 767	2 809
Кексы фасованные	10 359	2 693
Галеты (хлебцы)	9 725	1 750
Мармелад	3 520	739
ИТОГО		

Задание 3. Рассчитайте размер среднего товарного запаса (ТЗ_{ср}) за год для компании торгующей мелкой бытовой химией и товарами для дома. Подготовьте данные для расчета оборачиваемости товарных запасов.

месяц	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
-------	--------	---------	------	--------	-----	------	------	--------	----------	---------	--------	---------

сумма товарно го запаса на 1 число месяца (руб.)	45 880	40 677	39 787	46 556	56 778	39 110	45 613	58 977	56 001	56 577	71 774	53 878
---	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Задание 4. Анализируется товарная позиция «Крем для рук», в качестве примера приведены данные по продажам и запасам за полгода. Рассчитайте оборачиваемость крема для рук в днях, оборачиваемость в оборотах (сколько раз продается запас за полгода), уровень запасов. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица – Объемы продаж крема для рук в месяц

Наименование	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июнь
Крем для рук						
Продажи (штуки)	334	317	298	250	221	281
Остаток на складе (штуки)	455	412	388	235	256	243
Средняя закупочная цена (руб.)	31,50	31,45	31,20	31,10	31,10	31,0
Продажи (руб)	10 521,0	9 969,7	9 297,6	7 775,0	6 873,1	8 711,0
Остаток на складе (руб.)	14 332,5	12 957,4	12 105,6	7 308,5	7 961,6	7 533,0

Задание 5. Проведите анализ коэффициента оборачиваемости двух товаров, являющихся частью ассортимента продуктового магазина. Сделайте соответствующие выводы.

Таблица – Объемы продаж товаров по дням недели

Наименование позиции	Пон	Вт	Ср	Чет	Пят	Суб	Воскресенье
Батон белый нарезной							
Продажи (штуки)	30	32	31	29	32	40	25

Остаток на складе (штуки)	12	10	20	12	9	30	15
Коньяк элитный в подарочной упаковке							
Продажи (штуки)	1	0	1	0	1	2	0
Остаток на складе (штуки)	4	4	3	3	2	0	0

Задание 6. Определите уровень издержек на хранение запасов (S) методом средней стоимости. Сделайте выводы об оптимальности затрат.

Таблица – Перечень затрат на хранение запасов (тыс.руб. в год)

Показатели, руб.	Годы			Итого
	2016	2017	2018	
Средний остаток	100000	125000	110000	
Налоги	3000	3400	3200	
Страхование	1400	1500	1400	
Устаревание	2500	2000	1500	
Уценка	500	800	400	
Общая стоимость				

Задание 7. Рассчитайте экономически обоснованный размер заказа для различных товаров с помощью модели Уилсона. Разбейте формулу Уилсона на две ячейки для простоты подсчета.

Таблица – Исходные данные для расчета размера заказа

	A	B	C	D
1		Холодильник	Колбаса	Пакетик
2	Количество рабочих дней	360	360	360
3	Стоимость пополнения запаса (руб.)	490	350	350
4	Спрос в день	2 шт.	10 кг	20 шт.
5	Расходы на хранение (доли)	0,16	0,25	0,2
6	Стоимость единицы товара (руб.)	22000	340	3

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»** и **«не зачтено»**

Проверяемые компетенции:

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к экзамену

1. Товарная политика: сущность, компоненты, стратегии.
2. Товарная информация: виды. Маркировка как средство товарной информации. Штриховое кодирование товаров.
3. Информационные знаки: виды, сущность. Нормативные и технические документы как средство товарной информации: виды, содержание.
4. Качество товара: понятие, нормативно-правовые документы, регламентирующие вопросы качества. Общая характеристика потребительских показателей качества товаров.

5. Методы оценки качества. Методика комплексной оценки уровня качества товара.
6. Конкурентоспособность товара: сущность, субъекты оценки и источники информации.
7. Критерии конкурентоспособности товара: виды, сущность, классификация. Критерии конкурентоспособности товара, повышающие потребительскую стоимость товара.
8. Принципы и цели оценки КСП товара. Этапы и методы оценки КСП товара.
9. Оценка КСП услуги.
10. Понятие «новый товар». Этапы процесса разработки нового товара.
11. Концепция нового товара: сущность, компоненты, тестирование.
12. Совместный анализ как основной метод итогового тестирования концепции товара.
13. Техничко-экономический анализ: сущность, цель, этапы. Выбор критерия эффективности проектного решения.
14. Критерии эффективности проектов и их сущность.
15. Анализ чувствительности и сценарный анализ в технико-экономическом анализе.
16. Содержание комплекса работ по выведению нового товара на рынок. Оценка уровня риска нового товара.
17. Пробный маркетинг: сущность, виды.
18. Анализ успешности освоения нового товара после его выведения на рынок (по Ламбену).
19. Категорийный менеджмент: понятие, правила, области применения, преимущества и трудности внедрения. Этапы формирования ассортимента в торговле.
20. Стратегические аспекты управления ассортиментом в торговле: выбор конкурентной стратегии и концепции позиционирования.
21. Товарный классификатор: понятие, структурирования ассортимента по уровням - класс, товарная группа, категория. Типичные ошибки в построении товарного классификатора.
22. Товарная категория: понятие, принципы построения, структура, свойства.
23. Понятия «ширина», «глубина» и «сбалансированность» ассортимента.
24. Товарные категории и их роль в ассортименте. Виды категорий.
25. Кросс-категориальный анализ: сущность, этапы. Балансировка ассортимента «по ширине».
26. Балансировка ассортимента «по глубине».
27. Процесс мерчандайзинга. Общие правила планировки торгового зала.
28. Распределение торговой площади между категориями товаров. Деление торговой площади по приоритетности.
29. Эффективность использования торговых площадей.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным

языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Экзамен может также проводиться в форме тестирования в электронной среде или устно или письменно. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием пятибалльной системы оценивания, дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. В течение всего семестра проводится: аудиторный контроль, внеаудиторный контроль, рубежный контроль, итоговый контроль.

Аудиторный контроль включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторный контроль включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку конспекта по новой теме, разработку творческих заданий, написание эссе по книге и пр.

Рубежный контроль проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, решение задач по данной теме, выполнение творческих заданий.

Итоговый контроль представляет собой промежуточный контроль по дисциплине.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность

ответа по сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль осуществляется в БРС или ЛМС-3 системе.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Попова, Д. Г. Товарный менеджмент : учебное пособие / Д. Г. Попова, Е. А. Тыщенко, Ю. В. Устинова. — Кемерово :КемГУ, 2016. — 109 с. — ISBN 978-5-89289-966-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102662> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Маракулина, И. В. Управление маркетингом (продвинутый уровень) : учебное пособие / И. В. Маракулина. — Киров : Вятская ГСХА, 2016. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156907> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с.
1. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько, 2018. - 1 on-line, 521 с.
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев, 2019. - 1 on-line, 315 с.
4. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. А. Казакова, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.
5. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с.
6. Лифиц И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для приклад. бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева, 2019. - 1 on-line, 405 с.
7. Мамонтов С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с.
8. Маховикова Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 231 с.
9. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 1, 2018. - 1 on-line, 257 с.
10. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / [О. Н. Романенкова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Романенковой, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 456 с.
11. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 552 с.
12. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2019. - 1 on-line, 437 с.
13. Управление маркетингом [Текст] : учеб. пособие для вузов / под ред. И. М. Синяевой, 2009. - 414, [2] с.
14. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / Л. Н. Федотова, 2019. - 1 on-line, 391 с.

7.4. Нормативные документы

1. ФЗ «О защите прав потребителей».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft PowerPoint), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите

пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете,;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.

3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).

- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

- Для фона и текста используйте контрастные цвета.

- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.

- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.

- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.

- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.

- Для информации – не менее 18.

- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.

- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:

- Рамки, границы, заливку;

- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;

- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

- С текстом;

- С таблицами;

- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
ИММАНУИЛА КАНТА**

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Л.Ю. Щербинина

**Методические указания к выполнению
Курсовой работы по дисциплине «Разработка товарной политики»**

Направление подготовки: Менеджмент, шифр 38.03.02

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

г. Калининград - 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Методические указания к выполнению курсовой работы
3. Список тем курсовых работ
4. Оценка курсовой работы
5. Литература

1. ВВЕДЕНИЕ

Выполнение курсовой работы является составной частью изучения дисциплины «Разработка товарной политики», способствует углублению теоретических знаний в области маркетинга, а также формированию практических навыков применения методов и моделей маркетингового анализа и принятия управленческих маркетинговых решений в области формирования ассортимента, разработки новых товаров..

Цель курсовой работы: на основе анализа ассортиментной и товарной политики предприятия, а также факторов внешней среды рынка разработать практические рекомендации по совершенствованию товарной политики компании

Задачами курсовой работы являются:

- проверка усвоения студентами учебного материала;
- закрепление знаний, умений и навыков, полученных студентом на протяжении изучения курса " Разработка товарной политики ";
- формирование творческого, нестандартного подхода к решению маркетинговых проблем;
- формирование умений и навыков обобщать и анализировать маркетинговые данные, делать выводы и давать практические рекомендации;
- совершенствование умений и навыков работы с литературными источниками.

2. УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является одним из видов научной работы. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Все курсовые работы пишутся на примере конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в Калининградской области, либо товарного рынка.

Курсовые работы проходят проверку в системе «Антиплагиат» с установлением минимального процента оригинальности – 70 %. При невыполнении этого требования работа не может быть допущена к защите.

Курсовая работа должна привить студенту навыки творческого изучения и решения актуальных проблем в области маркетинга. Изложение материала должно быть научным, иметь логическую последовательность. Курсовая работа не должна содержать орфографические, пунктуационные, фактические и стилистические ошибки. Необходимо обеспечить соблюдение требований к оформлению и содержанию.

Курсовая работа состоит из введения, двух-трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы машинописного или компьютерного текста – 40-50 страниц. Объем приложений не ограничен.

Рассмотрим части курсовой работы:

1. Титульный лист (приложение А). Титульный лист не нумеруется.

2. Содержание. Содержание содержит перечень заголовков глав, параграфов работы (без сокращений, в той же последовательности и соподчиненности) с указанием страниц (приложение Б).

3. Введение. Во введении должна быть раскрыта:

- **актуальность темы исследования** (до 1 страницы текста);
- **цель исследования** (например, разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности на основе оценки конкурентоспособности компании на рынке);

- **задачи исследования** - представляют собой действия, которые планируется совершить для достижения цели; это своеобразные ступеньки, по которым надо пройти, чтобы достигнуть конечного результата (например, изучить; составить....; проанализировать). Перечень задач соответствует последовательности выделения параграфов в работе, пишется строго по содержанию курсовой работы.

- **объект исследования** - это явление, процесс, система на которую направлена исследовательская деятельность. Например, объектом исследования может являться изучаемый рынок или само предприятие и пр.

- **предмет исследования** – это те стороны (свойства, отношения) объекта исследования, которые непосредственно связаны с изучаемой проблемой и на которых сфокусирован научный поиск исследователя. Например, предметом может выступать конкурентная среда рынка или маркетинговая деятельность компании и пр.

- **методы анализа**, которые автор применял в процессе исследования предмета. Это могут быть общенаучные методы анализа (анализ, синтез, дедукция и пр.) или маркетинговые методы, например, метод SWOT-анализа, PEST-анализа, ABC-анализа и другие.

- **информационная база исследования.** Она, как правило, представляет собой источники внешней и внутренней вторичной информации (бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, информационные сайты и пр.), которые использовались при написании работы в качестве основных источников информации.

Несмотря на то, что введение формально предшествует первой части, как правило, пишется оно в самом конце работы. Объем введения составляет от полутора до трех машинописных листов установленного формата.

4. Методологическая (теоретическая) часть.

Представляет собой первую главу курсовой работы и посвящена раскрытию теоретических и методологических аспектов предмета исследования. Традиционно содержит три параграфа, сбалансированных по объему (от 5 до 7-8 страниц каждый параграф). Данная часть курсовой работы должна содержать описание системы категорий, понятийного аппарата, концепций, инструментария (приемов и методик), принципов, используемых автором во второй главе курсовой работы. Необходимо

подчеркнуть, что содержание теоретической части должно быть напрямую связано с *темой курсовой работы*. В теоретической части автор должен выполнить обзор научной литературы по данному предмету исследования, представить разные точки зрения, существующие в науке по изучаемому вопросу. В первой главе обязательно должны присутствовать сноски на используемые библиографические источники. Оформление сносок выполняем по тексту через квадратные скобки с указанием номера библиографического источника и номера страницы.

5. Практическая часть (вторая глава курсовой работы).

Посвящена количественному и качественному анализу факторов внешней и внутренней маркетинговой среды рынка, с четким углублением в количественный анализ *предмета исследования*. Содержит от 3 до 4-5 параграфов. Объем главы составляет до 40%-50% курсовой работы. *Это самая важная часть курсовой работы!* Именно она позволит автору обоснованно подойти к формулировке практических рекомендаций, направленных на совершенствование маркетинговой деятельности компании, работающей на конкурентном рынке. Структура второй главы чаще всего следующая.

Пункт 2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «...».

В данном параграфе автор описывает историю и год появления компании на рынке; направления деятельности; организационно-правовую форму предприятия; организационную структуру, выявляя ее достоинства и недостатки; на основе данных бухгалтерского баланса выполняет финансово-экономический анализ деятельности предприятия.

Пункт 2.2. Анализ факторов внешней макросреды рынка.

В данном параграфе автор описывает и анализирует влияние факторов макросреды на деятельность компании. Анализ факторов может быть основан на статистических данных, а также оценках экспертов. В процессе анализа факторов макросреды по каждому фактору (экономическому, политико-правовому, демографическому, социально-культурному, научно-технологическому, природному) формируем набор составляющих фактор сил (компонентов). Далее по каждому компоненту собираем статистическую информацию, выявляем основную тенденцию развития и направление (положительное или отрицательное) влияния компонента фактора на отрасль и компанию, делаем соответствующие выводы. Анализ факторов макросреды завершаем построением PEST-матрицы. При написании параграфа рекомендовано обращение в РОССТАТ.

Пункт 2.3. Анализ факторов внешней микросреды рынка.

В данном параграфе необходимо рассмотреть и проанализировать влияние основных факторов внешней микросреды рынка: конкурентов компании, клиентов компании (описываем сегменты на которых работает компания, а также социально-экономический профиль целевого сегмента), поставщиков и др. факторов. Особый упор делаем на анализ конкурентов! Для этого выполняем сравнительный анализ конкурентов по основным маркетинговым критериям (комплекс «4P»): уровень цен, широта

ассортимента, качество продукции, качество обслуживания, оценка сайта, степень присутствия фирм конкурентов в социальных сетях, разветвленность сбытовой сети и пр. По каждому критерию сравнения необходимо собрать количественную или качественную информацию по основным компаниям-конкурентам, сделать выводы, в чем состоят преимущества и недостатки вашей компании как по отдельным критериям, так и в целом. Также можно использовать в анализе конкурентной среды модель пяти сил конкуренции Майкла Портера, методы и модели оценки конкурентоспособности компании (или товара) с построением многоугольника конкурентоспособности.

Пункт 2.4. Анализ товарной (ассортиментной) политики компании.

В данном параграфе выполняем анализ ассортиментной (товарной) политики компании. Стараемся использовать количественные методы анализа, например, в анализе ассортимента применять методы ABC-анализа, XYZ-анализа, метода БКГ и другие.

Логично закончить вторую главу расширенным SWOT-анализом, который подведет итог проведенному анализу объекта и предмета исследования.

Конечно, структура второй главы может отличаться по разным темам. Самое главное помнить, что вторая глава должна содержать глубокий количественный анализ предмета исследования и тех дополнительных факторов внешней маркетинговой среды рынка (конкурентов, клиентов, факторов макросреды и пр.) без анализа которых невозможно дать практические рекомендации по улучшению положения компании на рынке.

6. Проектная часть. Представляет собой перечень основных направлений, рекомендаций, плана мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности компании. Объем главы 10-20% объема работы. Можно начать главу со SWOT-анализа.

7. Заключение.

Заключение курсовой работы должно раскрывать ее главный смысл. Необходимо помнить, что заключение - это не просто перечень полученных результатов, а их итоговый синтез. Синтез - это последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами. В заключении никаких двояких толкований не допускается. Объем заключения составляет порядка 10% всей работы (без учета приложений).

8. Библиографический список. Оформление списка литературы.

9. Приложения. В приложения выносятся дополнительная информация, послужившая источником для проведения анализа, например, бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, прейскуранты цен, рекламные материалы и пр.

Законченная курсовая работа сдается студентом на кафедру «Экономики и менеджмента» в установленный графиком срок, проверяется преподавателем с указанием замечаний, проверяется в системе Антиплагиат и при устранении замечаний допускается к защите.

3. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Разработка товарной политики»

1. Разработка системы сбалансированных показателей применительно к товарной деятельности предприятия.
2. Анализ результативности товарной политики в рамках продуктоориентированного подхода управления компанией.
3. Анализ и совершенствование системы управления товарной политикой на предприятии.
4. Построение атрибутивной карты позиционирования для товарной марки (товара).
5. Разработка и обоснование товарной стратегии предприятия.
6. Анализ товарного портфеля и разработка рекомендаций по его совершенствованию.
7. Разработка и тестирование концепции нового товара (на примере предприятия).
8. Совершенствование ассортимента производственного предприятия.
9. Оптимизация промышленного ассортимента производственного предприятия на основе теории игр.
10. Оптимизация ассортимента торговой организации на основе концепции категорийного менеджмента.
11. Тактические аспекты управления ассортиментом предприятия розничной торговли.
12. Анализ и совершенствование ассортимента предприятия розничной торговли.
13. Разработка и тестирование упаковки товара (на примере...).
14. Совершенствование упаковки товара (на примере...).
15. Совершенствование системы управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли на основе концепции категорийного менеджмента.
16. Разработка программы пробного маркетинга при выводе нового товара на рынок.
17. Анализ и оценка этапа жизненного цикла товара.
18. Оценка качества товара (на примере...).
19. Оценка конкурентоспособности товара (на примере...).
20. Разработка концепции мерчандайзинга для предприятия розничной торговли.

Пример структуры курсовой работы по теме «Анализ ассортимента предприятия розничной торговли (на примере ООО «Виктория»)».

Введение

Глава 1. Теоретические основы анализа ассортимента рынках розничной торговли.

1.1. Ассортимент в розничной торговле: товарный классификатор, принципы его построения

1.2. Этапы формирования ассортимента в розничной торговле.

1.3. Методы анализа ассортимента в рознице.

Глава 2. Анализ ассортиментной политики компании.

2.1. Характеристика предприятия.

2.2. Анализ ассортиментной и ценовой политики конкурентов .

2.3. Анализ сбалансированности ассортимента по ширине. Кросс-категориальный анализ.

2.4. Анализ сбалансированности ассортимента по глубине.

2.4. Тактический анализ ассортимента: оценка оборачиваемости товарных запасов, ABC-анализ, XYZ-анализ.

Глава 3. Совершенствование ассортиментной политики компании

3.1. Направления совершенствования ассортиментной политики

3.2. Экономическая оценка мероприятий по оптимизации ассортимента..

3. Порядок оформления курсовой работы

Порядок оформления курсовой работы смотри Методические рекомендации по оформлению курсовых работ.

4. Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если в работе представлен полный количественный и качественный анализ предмета исследования, на основе проведенного анализа студентом разработаны направления совершенствования маркетинговой деятельности. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал высокий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют ошибки в расчетах, выводы построены на глубоком и научном анализе предмета исследования.

ХОРОШО ставится в случае, если в работе представлен количественный и качественный анализ предмета исследования. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал хороший уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы построены на научном анализе предмета исследования, но применялись в основном качественные (экспертные) методы анализа данных, работа может содержать некоторые неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе представлен слабый количественный анализ предмета исследования. Изложение текста удовлетворительно структурировано, не совсем логично изложено. Студент показал удовлетворительный уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, но выводы построены в большей мере на качественных (экспертных) методах анализа данных, работа содержит неточности, ошибки, исправленные после проверки преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе не представлен количественный анализ предмета исследования. Изложение текста слабо структурировано, нелогично изложено. Студент показал низкий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Присутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы не подкреплены научным анализом предмета исследования либо студент отклонился от темы.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.и., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

« 03 »

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

2021 г.

« 03 »

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Управление продажами»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ».....	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	7
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
4.4. Тематика курсовых работ	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.3.1 Темы рефератов и презентаций.....	12
6.3.2 Тренинг	17
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	18
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	20
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	20
7.1. Основная учебная литература.....	20
7.2. Дополнительная учебная литература.....	21
7.3. Для самостоятельной работы.....	21
7.4. Нормативные документы	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	24
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24
Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.	29
Приложение А	32

Наименование дисциплины (модуля)

«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Управление продажами» является формирование представления об основных процессах связанных с организацией, планированием продаж, особенностях взаимодействия с клиентами в процессе продаж; приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с продажами.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - теоретические основы организации и управления продажами; - основные задачи и методы организации и управления продажами; Уметь: - использовать полученные знания для организации и управления продажами; Владеть: - инструментами реализации задач организации и управления продажами;	ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;
Знать: - области применения и возможности практики организации и управления продажами. Уметь: - разрабатывать и организовывать процессы связанные с продажами; - использовать методологию и практические аспекты организации и управления продажами. Владеть: - практическим навыками, связанными с использованием инструментов организации и управления продажами.	ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Управление продажами» представляет собой дисциплину вариативной части (Б1.В.04) дисциплин по выбору подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	Управление продажами	Коммерческая деятельность
ОПК-3	Управление брендами		Маркетинговые коммуникации
ОПК-3	Разработка товарной политики		Методы разработки и принятия управленческих решений
ОПК-3	Поведение потребителей		Управление маркетингом
ОПК-3			Интегрированная логистика
ОПК-3			Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
ОПК-3			Производственная преддипломная практика
ОПК-3			Выполнение выпускной квалификационной работы
ОПК-3			Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в маркетинге	Управление продажами	Коммерческая деятельность
ОПК-4	Стратегический маркетинг		Бизнес-планирование
ОПК-4	Менеджмент качества		Инвестиционный менеджмент
ОПК-4	Разработка товарной политики		Производственная преддипломная практика
ОПК-4			Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 4 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	167,75
Часов, всего	252
Зачетных единиц, всего	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.	66	8	18	8	28	4		
Тема 2. Приемы продаж	88	12	24	10	34	8		
Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	97	12	28	14	35	8		
Итого	252	32	70	32	97	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		10	0,25	
Самостоятельная работа	167,75		70		97			0,75
Промежуточная аттестация		Зачет с оценкой						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте.	Сущность продаж и их роль. Типы продаж. Имидж продаж. Сущность управления продажами и его предназначение. Управленческая концепция продаж, зависимость между продажами и менеджментом.
2	Приемы продаж	Ответственность при продажах. Подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. Процедуры продаж (начало, идентификация запросов и проблем, презентация и демонстрация, устранение возражений, ведение переговоров, осуществление непосредственной продажи, последующие действия, выводы)
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Управление клиентами. Преимущества и опасности при управлении клиентами. Задачи управления клиентами и требуемые для этого навыки и умения. Модели управления формированием отношений с клиентами. Формирование взаимоотношений с клиентами. Информация о клиентах и система действий по продажам.

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте.	Обсуждение статей из периодических и Интернет-изданий публикаций связанных с управлением продажами.
2	Приемы продаж	Моделирование процесса продаж (работа в группах + совместные действия групп)
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Моделирование взаимодействия с клиентом (работа в группах и совместные действия групп)

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Развитие продаж и их роль в менеджменте	Типология продаж. Сущность управления продажами и его предназначение. Управленческая и маркетинговая концепция продаж.
2	Приемы продаж	Ответственность при продажах. Подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления продаж различных типов.

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		Технологии продаж различных групп товаров Выбор типа продаж.
3	Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	Управление запросами клиентов. Модели управления формированием отношений с клиентами. Формирование взаимоотношений с клиентами. Информация о клиентах и система действий по продажам. Продажи на основе взаимоотношений Тактические приемы продаж на основе взаимоотношений.

4.4. Тематика курсовых работ

1. Совершенствование организационной структуры отдела продаж.
2. Эффективность используемых приемы продаж в организации.
3. Эффективность системы ответственность при продажах в организации.
4. Методическое обеспечение подготовки к продажам.
5. Применение и совершенствование навыков и умений для осуществления персональных продаж сотрудниками подразделений продаж в организации.
6. Эффективность процедур продаж в организации.
7. Анализ технологии продаж в организации
8. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
9. Управление клиентами в организации.
10. Преимущества при управлении клиентами
11. Эффективность моделей управления формированием отношений с клиентами.
12. Управление информацией о клиентах в организации.
13. Эффективность системы продаж на основе взаимоотношений с клиентами.
14. Использование тактических приемов продаж на основе взаимоотношений.
15. Методология использования писем-напоминаний в организации.
16. Использование способов проявления заботы о клиенте.
17. Применение в организации механизмов возвращения утерянных клиентов.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы представлены в приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы		письменно
Тема 2. Приемы продаж	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы		письменно
Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж	ОПК-3 ОПК-4	Рефераты и презентации по заданиям темы Тренинг		письменно
	ОПК-3 ОПК-4		Зачет с оценкой	Итоговый рейтинг

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	понимание основ продаж	1
2	способность использовать основные инструменты продаж как части экономических процессов на микроуровне	2-3

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	понимание этапов продаж	1
2	способность использовать основные содержательные элементы продаж в экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решениях	2-3

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро макроуровне			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	

Код компетенции	ОПК-3 Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микромакроуровне			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты управления продажами повышения предпринимательской результативности всеми участниками организации	Знание основ сферы продаж для современной организации	Знание методологии использования основных инструментов продаж как части бизнес-плана организации	Умение использовать основные инструменты продаж как части бизнес-плана организации	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Код компетенции	ОПК-4 Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты экономических показателей в управлении продажами современной организации	Знание основ сферы продаж для современной организации	Знание методологии использования основных экономических инструментов продаж как части бизнес-плана организации	Умение использовать основные инструменты продаж как части бизнес-плана организации	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне.	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной

<p>проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>
---	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;

- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тематика рефератов и докладов по темам дисциплины, выдается для индивидуального или группового исполнения, когда на основе выбранной организации ведущей продажи, необходимо переложить в практическую плоскость вопросы рассматриваемые в той или иной теме.

Тема 1. Развитие продаж и их роль в менеджменте.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Структура управления продажами в организации.

Тема 2 Поиск клиентов по Кросману.

Тема 2. Приемы продаж

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Пользуясь источниками поиска покупателей, провести мониторинг потенциальных покупателей своего объекта продаж.

Тема 2 Характеристика клиентов по критериям и показателям анализа клиентуры.

Тема 3 Пожалуйтесь на свое объект продаж.

Тема 4 Составить план профилактики жалоб.

Тема 5 Минимальный, неизбежно-необходимый перечень торговых услуг для своего объекта продаж с обозначением что МЫ будем делать, а что – услуги сторонних организаци и почему.

Тема 6 Максимальный, возможно-конкурентный перечень торговых услуг для своего объекта продаж с обозначением что МЫ будем делать, а что – услуги сторонних организаций и почему.

Тема 7 Характеристики и выгоды продукта (услуги) своего объекта продаж.

Тема 8 Личная презентация этапов продаж.

Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Темы рефератов

Тема 1 Моделирование психологических и поведенческих типов клиентов.

Тема 2 Выбор типологии поведения с клиентами.

Тема 3 Поведение покупателя и продавца.

Тема 4 Письмо-напоминание своему клиенту в продажах.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
	представляемой информации	информации	информации	представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные

Критерии	Показатели
	публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.2 Тренинг

Тема 3. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Моделирование психологических и поведенческих типов клиентов
Тренинг поведения покупателя и продавца Презентация этапов продаж

Тренинг - форма изучения и усвоения теории с последующим практическим закреплением. После тренинга студент должен самостоятельно уметь применять в жизни то, чему он натренировался.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если практически в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного, но ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями не существенного с точки зрения результата, характера.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны не все ранее изученные рекомендации по действиям в

ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат ниже запланированного, ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны единичные изученные ранее рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), запланированный результат не показан, рекомендации алгоритма не выполнены.

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «**отлично**», «**хорошо**», «**удовлетворительно**», «**неудовлетворительно**».

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
ОПК-4	Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Вопросы к экзамену:

1. Развитие продаж и их роль в экономике
2. Продажи как завершающий этап деятельности управленца
3. Типы продаж.
4. Имидж продаж на современном этапе развития экономических процессов России
5. Сущность управления продажами и его предназначение
6. Организационные структуры отдела продаж
7. Приемы продаж
8. Ответственность при продажах
9. Подготовка к продажам.
10. Навыки и умения для осуществления персональных продаж.
11. Процедуры продаж (начало и идентификация запросов и проблем)
12. Процедуры продаж (презентация и демонстрация)
13. Процедуры продаж (устранение возражений)

14. Процедуры продаж (ведение переговоров)
15. Процедуры продаж (осуществление непосредственной продажи)
16. Процедуры продаж (завершающая фаза, выводы)
17. Технологии и типы продаж – Обслуживание
18. Технологии и типы продаж - Агрессивный тип продаж
19. Технологии и типы продаж - Спекулятивный тип продаж
20. Технологии и типы продаж - Консультативная продажа
21. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
22. Управление клиентами.
23. Преимущества при управлении клиентами
24. Опасности при управлении клиентами.
25. Задачи управления клиентами
26. Требуемые навыки и умения для управления клиентами.
27. Модели управления формированием отношений с клиентами.
28. Формирование взаимоотношений с клиентами.
29. Управление информацией о клиентах.
30. Продажи на основе взаимоотношений (комплексное управление качеством)
31. Продажи на основе взаимоотношений (забота о потребителе).
32. Продажи на основе взаимоотношений (подход «точно в срок»).
33. Продажи на основе взаимоотношений (маркетинг взаимоотношений)
34. Тактические приемы продаж на основе взаимоотношений.
35. Письма-напоминания как способ проявления заботы о клиенте.
36. Способы проявления заботы о клиенте.
37. Механизмы возвращения утерянных клиентов
38. Механизмы возвращения колеблющихся клиентов.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого

вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов по тематике курса, посещаемость.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет с оценкой)

	Защита рефератов и презентаций по заданиям темы	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,5	0,5	
оценка			

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гармаева, И. А. Технологии и качество продаж : учебное пособие / И. А. Гармаева, Н. И. Хамнаева. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2018. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158547>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Организация прямых продаж [Электронный ресурс]: учеб. видеофильм/ [авт. сценария А. В. Креславский]. - СПб.: Решение: учеб. видео, 1999-2007. - 1 эл. опт. диск (CD-DV). - (Работа с клиентами). Приложение:
 1. Организация прямых продаж: учеб. пособие. - СПб.: Решение: учебное видео, 2011. - 62 с. - ISBN 5-93690-001-0 (Креславский Е. С.)
 2. Организация прямых продаж: метод. материалы. - СПб.: Решение: учебное видео, 2011. - 77 с. (Доминак В. И.)Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Аллен, П. Продажи. Как добиться четкой и отлаженной работы сбыта: пер. с англ./ П. Аллен, Дж. Вуттен. - 5-е изд.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2003. - 280 с. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 0-273-63402 X. - ISBN 5-94723-349-5 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)
2. Азимов, С. А. Продажи, переговоры. Практика, примеры/ Сергей Азимов. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2017. - 320 с. - (Сам себе психолог). - ISBN 978-5-496-00455-8 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
3. Баркан, Д. И. Управление продажами: учебник/ Д. И. Баркан; С.-Петерб. гос. ун-т., Высш. шк. менеджмента. - 2-е изд., испр.. - СПб.: Высш. шк. менеджмента: Изд. Дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. - 907 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 897-902. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
4. Вертоградов, В. Управление продажами/ В. Вертоградов; !osoa.pft: FILE NOT FOUND!. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2004. - 235 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-94723-798-9 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)
5. Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта: учеб. для вузов/ Т. В. Виноградова. - 3-е изд., испр.. - Москва: Академия, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 238 с.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 234-235. (Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1))
6. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 277, [1] с.: рис., табл.. - Библиогр.: с. 276-277. (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))
7. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 1 on-line, 279 с.: ил. - Библиография: с. 276-278. (Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1))
8. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В. Н. Егоров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 622 с. - ISBN 0-273-64210-3. - ISBN 5-238-00465-6 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
9. Добротворский, И.Л. Тренинг профессиональных продаж: Синтез и соединение лучших идей, методов и приемов продажи: Полный справочник высокоэффективного продавца-профессионала: учебное пособие/ Добротворский И.Л.. - М.: Дело и Сервис,

2003. - 224 с. - ISBN 5-8018-0203-7 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

10. Кондрашов, В. М. Управление продажами: учеб. пособие для вузов/ В. М. Кондрашов; под ред. В. Я. Горфинкеля. - М.: ЮНИТИ, 2007. - 319 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 313-316 (101 назв.) и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-238-01259-9: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

11. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учеб. пособие для вузов/ В. М. Кондрашов; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования, Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - М.: Вуз. учеб., 2007. - 278,[10] с.: ил., табл., граф.. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 (61 назв.). Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

12. Кузнецов, И. Н. Управление продажами: учеб.-практ. пособие/ И. Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К°, 2007. - 491 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - Библиогр.: с. 489-491 (71 назв.). - ISBN 978-5-91121-369-2 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

13. Ли, К. Создание клиентской базы: пошаговое руководство по превращению контактов в деньги/ Кендра Ли ; пер. с англ.[А. В. Болдышева]. - М.; СПб.: Вершина, 2006. - 359 с.: ил., табл.. - Предм. указ.: с. 354-359. - ISBN 5-9626-0016-9. - ISBN 1-4195-0825-3: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

14. Маркова, М. В. Психология продаж: учеб.-метод. комплекс/ М. В. Маркова, А. Г. Иванова; Междунар. консорциум "Электрон. ун-т", Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики, Евраз. открытый ин-т. - Москва: ЕАОИ, 2010. - 1 on-line, 228 с.. - Библиогр.: с. 227-228 (31 назв.). *(Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1))*

15. Нердингер, Ф. В. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентом: [пер. с нем.]/ Фридерманн В. Нердингер. - Харьков: Гуманитар. Центр, 2004. - 178, [2] с.: ил.. - (Организационная психология). - Библиогр.: с. 170-177. - ISBN 3-8017-1476-4. - ISBN 966-8324-08-0 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

16. Назаров, А. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает/ Алексей Назаров, Ольга Будовская. - Санкт-Петербург; Москва; Екатеринбург: Питер, 2017. - 379,[1] с.: ил. - (Практика лучших бизнес-тренеров России). - Библиогр.: с. 379-380 (18 назв.). - ISBN 978-5-496-02513-3: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

17. Ребрик, С. Б. Тренинг профессиональных продаж. Техники продаж. Обслуживание экстра-класса. НЛП в продажах. Управление продажами. Телемаркетинг. Психология продаж. Менеджмент. Маркетинг, мерчандайзинг/ С. Б. Ребрик. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. - 208 с.: ил.. - (Золотые стандарты в бизнесе). - ISBN 5-04-007994-X Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

18. Солтицкая, Т. А. Тренинг продаж: учеб. пособие/ С.-Петерб. гос. ун-т., Высш. шк. менеджмента. - 4-е изд.. - СПб.: Высш. шк. менеджмента: Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008. - 211 с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

19. Трейси, Б. Полное руководство для менеджера по продажам: Как управлять процессом продажи/ Б.Трейси,Ф.М.Шелен;Пер.с англ.. - Минск: Попурри, 2002. - 223 с. - (Бизнес-нестандартно!). - ISBN 3-409-19575-0. - ISBN 985-438-563-9 Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

7.4. Нормативные документы

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).
7. <http://www.aup.ru/> - библиотека административно-управленческого портала.
8. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
9. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
10. <http://www.worldscinet.com> - международные научные журналы издательства World Scientific Publishing
11. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
12. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
13. <http://www.usconsult.ru/biblio.html> - библиотека розничной торговли
14. <http://eup.ru/Catalog/63-All.asp> - электронная библиотека «Экономика и управление на предприятии»
15. <http://www.koob.ru> – электронная библиотека
16. <http://www.wto.ru/russia.asp?f=target&t=9> – Россия и ВТО
17. http://www.ved.gov.ru/vnesheconom/vto/russia_vto/ - Министерство экономического развития РФ
18. (<http://www.minfin.ru/ru/> - Министерство финансов РФ
19. <http://standartgost.ru/> - ГОСТы РФ
20. <http://рспп.рф/> - Российский союз промышленников и предпринимателей

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Практические занятия предполагают пробацию теоретического материала на конкретных индивидуальных или групповых проектах.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)
3. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
4. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
5. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
6. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Приложение 1

БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА

Методические указания
к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Управление продажами»

Калининград 2023

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цель курсовой работы - систематизировать, закрепить и расширить теоретические и практические знания студентов по управлению продажами и применению их при решении конкретных задач в реальных условиях исследуемой деятельности, а также формирование системного подхода к управлению продажами, как технологии и инструменту управления организацией с целью обеспечения качества (успешности) ее деятельности.

Задачами курсовой работы являются:

1. выбрать объект исследования и дать его характеристику в рамках выбранной темы;
2. выявить ключевые аспекты, влияющие на успех продаж в исследуемой организации;
3. выбрать методику для анализа процессов продаж в исследуемой организации;
4. провести диагностику и анализ качества содержательного элемента продаж объекта исследования;
5. выявить проблемы при функционировании объекта в рамках управления продажами с указанием причин, возможных последствий, предложить решения по совершенствованию методов и процессов управления продажами на исследуемом объекте;

2. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является завершающим этапом изучения дисциплины «Управление продажами» и выполняется на базе конкретного предприятия (организации).

Курсовая работа может не содержать отдельный теоретический раздел, при этом, в процессе описания автором выбранной методики анализа аспектов управления продажами, обязательны ссылки на источники, а так же краткий обзор используемых методик.

Исследовательская (аналитическая) часть курсовой работы может быть построена на основе анализа аналогичного отечественного или зарубежного опыта работы, выдвижения гипотез развития событий, прогнозирования ожидаемых результатов, анализа текущего состояния, формулировки проблем.

Проектный раздел работы должен содержать описание мероприятий, структурные и количественные изменения, которые они повлекут за собой.

Курсовая работа по управлению продажами должна включать:

- ~ выбор объекта исследования;
- ~ разработку выбранной темы и структурирование материала по ней;
- ~ анализ качества функционирования исследуемого объекта;
- ~ выявление проблем и критических областей в функционировании объекта;
- ~ предложение проектных решений;
- ~ предложения направлений развития исследуемого объекта с учетом проведенного анализ.

Требования к выполнению курсовой работы

1. Использование информационной базы: статистический материал по экономическим процессам, нормативно-правовые документы, статистика продаж объекта исследования за три года, данные внутреннего и внешнего аудитов, сотрудники организации, миссия и цели предприятия, реализуемые стратегии и т. п.

2. Применение приемлемых в рамках выбранной темы методов для анализа управления продажами объекта.

3. Оформление курсовой работы в соответствии с требованиями и правилами, предъявляемыми к курсовым проектам (работам).

Процесс подготовки и защиты курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов.

1. Выбор темы и объекта исследования.
2. Постановка цели и задач исследования.
3. Подбор и изучение источников информации в соответствии с выбранной темой (учебники; монографии; журналы; интернет-сайты; документы, содержащие данные статистического, оперативного, управленческого учета и отчетности; нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность объектов исследования и др.).
4. Разработка структуры курсовой работы.
5. Согласование структуры курсовой работы с научным руководителем.
6. Изучение теоретических аспектов в рамках выбранной темы исследования.
7. Проведение анализа управления продажами исследуемого объекта и разработка решений по улучшению управления продажами объекта исследования.
8. Подготовка к защите курсовой работы.

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ:

За время изучения дисциплины студент выбирает интересующую его тему для исследования в рамках рекомендаций руководителя курсовой работы.

Допускается возможность самостоятельной формулировки темы курсовой работы с учетом интересов студента и в пределах научной и практической проблематики изучаемой дисциплины. При этом тема должна быть предварительно согласована с научным руководителем.

18. Совершенствование организационной структуры отдела продаж.
19. Эффективность используемых приемы продаж в организации.
20. Эффективность системы ответственность при продажах в организации.
21. Методическое обеспечение подготовки к продажам.
22. Применение и совершенствование навыков и умений для осуществления персональных продаж сотрудниками подразделений продаж в организации.
23. Эффективность процедур продаж в организации.
24. Анализ технологии продаж в организации
25. Взаимодействие с клиентами в процессе продаж.
26. Управление клиентами в организации.
27. Преимущества при управлении клиентами
28. Эффективность моделей управления формированием отношений с клиентами.
29. Управление информацией о клиентах в организации.
30. Эффективность системы продаж на основе взаимоотношений с клиентами.
31. Использование тактических приемов продаж на основе взаимоотношений.
32. Методология использования писем-напоминаний в организации.
33. Использование способов проявления заботы о клиенте.
34. Применение в организации механизмов возвращения утерянных клиентов.

4. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа по дисциплине «Управление продажами» должна иметь следующую структуру:

Введение (2-3 страницы): отражается актуальность выбранной темы курсовой работы, а также ее значимость для выбранного объекта исследования; формулируется цель и задачи курсовой работы.

Аналитическая часть (15-20 страниц): Аналитическая часть курсовой работы должна быть отражением теоретической части в «привязке» к объекту исследования. В разделе приводится описание предприятия, его статус, размеры, принципы управления, его экономическое положение, перспективы развития. Анализируется система обеспечения управления продажами, принятая на предприятии. Особое значение должно быть уделено результатам продаж. Раздел заканчивается выводом, в котором кратко констатируется: насколько успешно предприятие в процессе управления продажами.

Предложения по улучшению объекта исследования (10-12 страниц): Является одной из важнейших частей курсовой работы. Эта часть позволяет студенту показать свое умение творчески мыслить и находить оптимальное решение в устранении несоответствий, выявленных в ходе анализа функционирования объекта исследования. Здесь можно рассмотреть несколько вариантов проектных решений, давая обоснование каждому из них с позиции его сильных и слабых сторон. Затем необходимо выбрать наиболее приемлемые для исследуемого объекта с позиции используемых ресурсов и возможности реализации. В завершении необходимо сделать прогноз на развитие объекта исследования с учетом выполнения всех рекомендаций.

Заключение (2-3 страницы): Заключение является итогом проделанной работы над курсовой работой. В нем должны быть даны ответы на все поставленные вопросы и задачи в начале работы. Структура заключения включает следующие моменты: информацию об используемой методике и инструментарии анализа; краткие выводы по каждому разделу работы; краткое описание выявленных в ходе анализа проблем и критических областей в функционировании объекта исследования; описание предлагаемых решений по улучшению качества функционирования исследуемого объекта; возможны рекомендации для дальнейшего развития объекта исследования.

Список литературы (2-3 страницы): Библиографический список должен отражать полный перечень всех используемых материалов, включая информацию, взятую из Интернета. В нем должны быть как основные учебные пособия по теме, так и различные научные статьи, отражающие современные тенденции развития данного вида анализа. Студенту необходимо продемонстрировать умение находить, отбирать и анализировать информацию из разных источников. Список всех используемых источников должен включать не менее 20 наименований. Описание источников должно составляться в соответствии с требованиями к оформлению списка литературы.

Приложения (объем не ограничивается)

Объем курсовой работы не менее 30 и не более 40 страниц.

Оформление курсовой работы осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по оформлению курсовых работ.

Образец оформления титульного листа представлен в приложении А.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается на «Отлично», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Работа оформлена в полном соответствии с шаблоном и правилами оформления курсовых работ;
4. Содержание работы соответствует заданию;
5. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;

6. Работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной;
7. В списке литературы широко представлены авторитетные и актуальные источники по теме работы;
8. При защите курсовой работы студенты свободно ориентируются в ее содержании, дают необходимые пояснения.

Курсовая работа оценивается на «Хорошо», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Работа выполнена с соблюдением графика, защищена в установленный расписанием сессии срок;
3. Содержание работы соответствует заданию;
4. В работе раскрыта тема исследования, выполнены все поставленные задачи;
5. Работа актуальна, написана самостоятельно;
6. В списке литературы достаточно представлены важные и актуальные источники по теме работы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. В работе допущены отдельные незначительные нарушения правил оформления;
2. По отдельным важным аспектам темы отсутствуют самостоятельные выводы;
3. При защите курсовой работы студенты смогли ответить не на все поставленные вопросы, возникали затруднения при пояснении расчетов и пр. При этом было продемонстрировано овладение ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы.

Курсовая работа оценивается на «Удовлетворительно», если соблюдены следующие условия:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет не менее 60%;
2. Отсутствуют грубые нарушения правил оформления курсовой работы;
3. В работе рассмотрены наиболее важные аспекты темы.

и имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Работа выполнена с нарушением графика, не защищена в установленный расписанием сессии срок;
2. В работе имеются многочисленные незначительные нарушения правил оформления;
3. Содержание работы частично не соответствует заданию;
4. Тема исследования раскрыта не полностью, выполнены не все поставленные задачи;
5. При защите курсовой работы студенты затруднялись при ответах на вопросы, допускали ошибки, не всегда могли пояснить расчеты и пр. Овладение на должном уровне ключевыми понятиями, знание основных концепций рассматриваемой темы продемонстрировано не было.

Курсовая работа оценивается на «Неудовлетворительно», если имеется хотя бы одно из следующих нарушений:

1. Оригинальность текста при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта составляет менее 60%;
2. Файл с курсовой работой при проверке в системе «Антиплагиат.Вуз» на портале БФУ им. И. Канта имеет статус «Подозрительный документ»;

3. В работе имеются грубые нарушения правил оформления, она не соответствует утвержденному шаблону;
4. Содержание работы не соответствует заданию;
5. Тема исследования не раскрыта;
6. Работа содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений;
7. При защите курсовой работы студенты продемонстрировали неудовлетворительный уровень овладения теоретическими, методологическими или практическими аспектами темы исследования.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА
КАНТА
Высшая школа бизнеса и предпринимательства**

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: « _____ »

по дисциплине «Управление продажами»

студента __ курса
направления _____,
профиль « _____ »

Иванова Сергея Николаевича

Научный руководитель:
К.э.н., доцент
Кашпаров Дмитрий Витальевич

Отметка о допуске к защите:

_____ « ____ » _____ 2023 г.
(Подпись)

Оценка по итогам защиты:

_____ « ____ » _____ 2023 г.
(Подпись)

Калининград 2023

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Бизнес-планирование»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Самостоятельная работа студентов	9
4.3. Примерная тематика курсовых работ	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	15
6.3.2 Задачи	22
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	29
6.3.4 Решение кейсов	34
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	43
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	46
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	47
7.1. Основная учебная литература	47
7.2. Дополнительная учебная литература	47
7.3. Для самостоятельного изучения	47
7.4. Нормативные документы	50

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	50
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	50
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	65
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	65
2. Методические указания по выполнению курсовой работы	68
5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература	68
2. Методические указания по выполнению курсовой работы	71
4. Требования к оформлению курсовой работы	75
5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература	79
по направлению 38.03.02 «Менеджмент».....	81
студента(ки) 4 курса.....	81
Ивановой Ирины Андреевны	81
_____ «__» _____ 2023 г.	81
подпись	81
Научный руководитель:.....	81
к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и территориального развития», _____	81
ФИО руководителя.....	81
_____ «__» _____ 2023 г.	81
подпись	81
Калининград 2023	81

Наименование дисциплины (модуля)

«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Бизнес-планирование» является формирование у студентов целостной системы знаний о принципах, методах и прикладном инструментарии бизнес-планирования деятельности предприятия как субъекта конкурентной среды.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения по дисциплине	Компетенции	
	Код	Содержание
Знать:	ОПК-4	Способен выявлять и

<ul style="list-style-type: none"> - основные теоретические положения, методы и методологию бизнес-планирования; - современные концепции, тенденции, мировой и отечественный опыт в области бизнес-планирования; - методики и этапы развития стартапа как модели коммерциализации технологий 		<p>оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать показатели и использовать методики составления разделов бизнес-плана; - методологию и организацию сбора, анализа и обработки информации, необходимой для осуществления процесса бизнес-планирования; - осуществлять расчеты экономической эффективности мероприятий по реализации бизнес-планов на основе современных методик и знаний, полученных в процессе обучения; - применять современные методы и приемы анализа и расчета показателей по каждому из разделов бизнес-плана по созданию и развитию нового бизнеса, направлений деятельности, расширения ассортимента продукции, по выведению на рынок нового продукта, модернизации и переоснащения производственных мощностей и т.п. 		
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарием и методами оценки эффективности коммерческой реализуемости бизнес-плана компании (создания собственного бизнеса); - технологией обработки научно-технической, нормативно-правовой и статистической документации на основе использования современных технических средств и информационных технологий; - методами генерирования бизнес-идей, создания бизнес-моделей, формализации бизнес-моделей и трансформации бизнес-модели в бизнес-план 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Бизнес-планирование» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.05.01) подготовки студентов по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
-------------	---------------------------	-------------------	------------------------

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования	60	6	16	8	25	5		
Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	63	8	17	8	25	5		
Тема 3. Производственный и организационный план	65	10	17	8	25	5		
Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	63	8	17	8	25	5		
Итого	252	32	67	32	100	20	0,35	0,65
Контактная работа	84,35	32		32		20	0,35	
Самостоятельная работа	167,65		67		100			0,65
Промежуточная аттестация	Экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1.1. Определение бизнес-плана, его роль в современном предпринимательстве. Отличие бизнес-плана от других плановых документов. Цели, задачи и функции бизнес-планирования. Участники процесса бизнес-планирования. Общие требования к бизнес-плану. Организация процесса бизнес-планирования.</p> <p>1.2. Основные разделы бизнес-плана. Зависимость структуры бизнес-плана от специфики деятельности, целей составления, размеров предприятия. Классификация бизнес-планов. Виды работ, выполняемых в процессе бизнес-планирования, их увязка со структурой бизнес-плана. Оформление бизнес-плана: титульный лист, аннотация, меморандум о конфиденциальности, оглавление.</p> <p>1.3. Порядок изложения концепции. Возможности использования резюме как рекламного документа и заявки на финансирование. Сведения о предприятии, указываемые в бизнес-плане. Методика оценки отраслевой среды. Роль и тенденции развития предприятия внутри отрасли. Формирование целей и стратегии развития предприятия. Проведение SWOT-анализа.</p>
2.	Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	<p>2.1. Определение типа рынка и проведение сегментирования. Оценка конъюнктуры рынка. Отбор целевых сегментов. Позиционирование рынка. Методология исследования рынка. Методы прогнозирования в бизнес-планировании.</p> <p>2.2. Методика оценки конкурентоспособности товара: расчет индекса нормативных, потребительских, экономических параметров и интегрального показателя конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>организации. Методы оценки конкурентоспособности: метод суммы мест, метод бальных оценок, метод построения профиля требований, метод бальных оценок с учетом коэффициентов весомости. Выявление конкурентных преимуществ и выбор конкурентной стратегии.</p> <p>2.3. Разработка и обоснование маркетинговой стратегии. Ассортиментная политика, создание новой продукции, стратегия предприятия в области качества, рыночная атрибутика товара. Формирование целей ценообразования, выбор метода ценообразования, выработка ценовой стратегии и тактики. Характеристика каналов сбыта товара. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций. Разработка бюджета маркетинга.</p>
3.	Производственный и организационный план	<p>3.1. Оценка потребности в основных производственных фондах. Формирование производственной программы. Планирование потребности в оборотных средствах. Расчет амортизационных отчислений. Определение потребности в материальных ресурсах, средствах на оплату труда. Расчет сметы затрат на производство. Составление календарного плана графика.</p> <p>3.2. Трудовой контракт на предприятии. Способы создания эффективной команды. Разработка штатного расписания. Организационная структура.</p>
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	<p>4.1. Потребность в инвестициях и источники их финансирования. Финансово-экономические результаты деятельности предприятия. Планирование основных финансовых показателей. Подготовка плановых документов методы финансового прогнозирования. Принципы оценки эффективности инвестиций: дисконтирование и расчет денежного потока. Расчет показателей чистой текущей стоимости, индекса прибыльности, периода окупаемости, внутренней нормы доходности.</p> <p>4.2. Классификация рисков. Анализ рисков. Оценка риска проекта. Оценка потерь риска. Методика оценки рисков проекта. Проведение анализа непротиворечивости мнений экспертов. Тип области риска проекта. Организационные меры по профилактике и нейтрализации рисков.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1) Вопросы для обсуждения:</p> <p>Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой.</p> <p>Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.</p> <p>Роль и место планирования в управлении предприятием.</p> <p>Планирование как наука и вид экономической деятельности.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования. Временные границы планирования. Экономический механизм управления предприятием. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Бизнес-план предприятия. 2) Решение кейсов. 3) Тестирование</p>
2.	<p>Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга</p>	<p>1) Вопросы для обсуждения: Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития рынка. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации. Сравнительный анализ эффективности методов реализации. Структура собственной торговой сети. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий. Реклама и продвижение товара на рынок. 2) Решение кейсов и задач. 3) Тестирование</p>
3.	<p>Производственный и организационный план</p>	<p>1) Вопросы для обсуждения: Производственный цикл. Производственные мощности. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности. Управленческая команда и персонал.</p> <p>2) Решение задач. 3) Тестирование</p>
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	<p>1) Вопросы для обсуждения: Финансы предпринимательской организации. Управление финансами: финансовый механизм, финансовые методы, финансовые ресурсы, финансовые рычаги. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: принципы и методы. Цели, задачи и функции финансового планирования. Содержание финансового плана. Анализ финансового положения. Планирование доходов и поступлений. Планирование расходов и отчислений. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски. Показатели риска и методы его оценки. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств. Анализ и планирование риска. Методы анализа.</p> <p>2) Решение кейсов и задач. 3) Тестирование</p>

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
-------	-------------------	-----------------

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Содержание процесса бизнес-планирования	<p>1. Бизнес-план, его значение в становлении и развитии предпринимательской деятельности. Процесс становления предпринимательства. Сущность и содержание бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-плана.</p> <p>2. Организационно-правовые формы предпринимательских структур. Виды организационно-правовых форм. Хозяйственные товарищества. Общества. Акционерное общество. Производственный кооператив. Унитарные предприятия.</p> <p>3. Создание собственного бизнеса. Условия, необходимые для создания собственного дела. Регистрация юридических лиц.</p> <p>4. Этика и мораль предпринимательства. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя. Социальная ответственность и этика бизнеса. Проблемы лидерства и власти. Служебный этикет.</p> <p>5. Структура и содержание разделов бизнес-плана. Оформление и стиль бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана. Цель деятельности предприятия. Описание вида деятельности. Виды услуг. Типы конкурентных преимуществ.</p>
2.	Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	Задание: Разработать разделы 1-5 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)).
3.	Производственный и организационный план	Задание: Разработать разделы 6-7 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)) и расчетно-графической работы согласно макетам таблиц (Приложение 1-7).
4.	Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	Задание: Разработать разделы 8-9 бизнес-плана согласно представленному содержанию в п. 9 настоящей рабочей программы с представлением информационной базы (данные предприятия, финансовые и оперативные данные, юридические документы, экономические данные (национальные, региональные, местные)) и расчетно-графической работы согласно макетам таблиц (Приложение 8-9).

4.3. Примерная тематика курсовых работ

Выбор темы курсовой работы осуществляется совместно обучающимся и руководителем. При этом обучающиеся могут выбрать одну тему из представленного ниже перечня:

1. Разработка бизнес-плана модернизации производства (структурного подразделения предприятия).

2. Разработка бизнес-плана повышения уровня использования производственной мощности.

3. Разработка бизнес-плана производства нового вида продукции (работ, услуг).

4. Разработка бизнес-плана развития предприятия.

5. Разработка бизнес-плана расширения ассортимента оказываемых услуг/работ.

6. Разработка бизнес-плана расширения торгового ассортимента.

7. Разработка бизнес-плана создания нового предприятия.

8. Разработка бизнес-плана увеличения объема реализации продукции/услуг/работ.

9. Разработка бизнес-плана увеличения объема товарооборота.

10. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы в Приложении 1.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы	Индекс контролирует	Оценочные средства по этапам формирования компетенций	Способ контроля
---------------------------------------	----------------------------	--	------------------------

(темы) дисциплины	мой компетенции (или её части)	текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
Тема 3. Производственный и организационный план	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение задач		письменно устно
Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков	ОПК-4	Тестирование, реферат, решение кейсов и задач		письменно устно
	ОПК-4		Экзамен	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	- Знание современных тенденций проектного управления в экономике и развитии бизнеса. - Знание концептуальных основ теории, методологии, практики бизнес-планирования и использования программных средств разработки бизнес-планов. - Знание современных тенденций, моделей и этапов развития стартапов	1
2	- Способность составлять программу организационных изменений в компании. - Умение производить необходимые расчеты, маркетинговые исследования; выполнять анализ осуществимости бизнес-проекта, выявлять типичные ошибки и недостатки бизнес-плана. - Умение работать с информационной базой	2,3,4

	<p>статистического, нормативно-правового характера, данными рейтинговых агентств, официальными данными органов государственной власти.</p> <p>- Владеть методикой разработки и обоснования бизнес-плана создания и развития собственного бизнеса, новых направлений деятельности и инновационных продуктов; навыками разработки и принятия рациональных хозяйственных решений.</p>	
--	--	--

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основных этапов и моделей развития стартапов, разработки инновационных предпринимательских проектов. Владение методами и технологиями оценки текущего уровня развития организации, готовности к изменениям, ее	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования. Умение самостоятельно разрабатывать основные разделы бизнес-плана.	Знание теории, методологии и практики бизнес-планирования. Умение самостоятельно разрабатывать основные разделы бизнес-плана. Владение навыками разработки рациональных хозяйственных	Реферат, тестирование, кейсы, ситуационные задания, бизнес-план по созданию собственного бизнеса, экзамен

технологии внедрения инноваций и культуры совершенствования. Уметь применять понятийно-категориальный аппарат, методический инструментарий реализации управленческих решений экономического и менеджерального характера			решений. Навыки работы с нормативно-правовой базой, финансовой и экономической информации. Навыки использования программных средств разработки бизнес-планов.	
--	--	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и</p>

сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		практическом навыке	высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	---------------------	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Варианты ответов

Что такое бизнес-план?

1. финансовый план
2. план снабжения и сбыта
3. план развития предприятия, необходимый для освоения новых сфер деятельности предприятия
4. набор мероприятий

Какая из ниже перечисленных целей относится к основным финансовым целям предприятия?	<ol style="list-style-type: none"> 1. повышение объема производства 2. получение максимально возможной прибыли 3. снижение товарно-материальных запасов 4. повышение заработной платы работникам предприятия
Какие проблемы НЕ решает бизнес-план?	<ol style="list-style-type: none"> 1. определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности 2. конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей 3. привлекает внимание и интерес, обеспечивает поддержку со стороны потенциальных инвесторов предприятия 4. гарантирует получение инвестиций
Используется ли бизнес-план как инструмент процесса приватизации?	<ol style="list-style-type: none"> 1. используется 2. не используется 3. используется, по решению собственников предприятия 4. используется, по решению органа приватизации
Главное отличие бизнес-плана от ТЭО (техико-экономическое обоснование) заключается в том что,	<ol style="list-style-type: none"> 1. в структуре ТЭО особый акцент сделан на место расположения предприятия 2. ТЭО - это специфический плановый документ для создания и развития промышленных объектов, а коммерческие, рыночные проблемы будущего бизнеса в нем почти не раскрыты 3. ТЭО - это специфический плановый документ для создания и развития промышленных объектов с подробным раскрытием коммерческих, рыночных проблем будущего бизнеса 4. в структуре ТЭО особый акцент сделан на организацию предприятия
Внешними потребителями бизнес-плана являются	<ol style="list-style-type: none"> 1. банки, инвестиционные фонды; областные исполнительные комитеты администраций, 2. администрации СЭЗ, кредиторы 3. иностранные инвесторы, 4. банки, инвестиционные фонды; областные исполнительные комитеты администраций, Государственный комитет имущества, Городские центры занятости, администрации СЭЗ, иностранные инвесторы.
Особенностью бизнес-плана является то, что	<ol style="list-style-type: none"> 1. он представляет собой разновидность стратегического и тактического плана в зависимости от типа бизнес-плана 2. это оперативный план производственно-хозяйственной деятельности 3. это стратегический план. 4. он разрабатывается периодически
Бизнес-план	<ol style="list-style-type: none"> 1. для выработки стратегии выживания предприятия;

развития
(финансового
оздоровления)
предприятия
служит

2. составления плана проведения реорганизационных процедур;
3. организации управления предприятием в условиях кризиса или в его предвидении;
4. нет правильного ответа.

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Активная рекламная кампания прежде всего способствует

1. росту оборота предприятия
2. росту рынка в целом
3. росту прибыли предприятия
4. росту налоговых выплат предприятия

На какую величину влияет цена продукции, установленная предприятием

1. на скорость оборота средств
2. на величину постоянных затрат
3. на рынок в целом
4. на величину переменных затрат

Что такое спрос на продукцию предприятия?

1. количество обращений покупателей на предприятие в течение определенного периода
2. количество продукции, реализуемой предприятием за определенный период
3. количество товара, закупаемого предприятием за определенный период
4. количество произведенной продукции предприятием за определенный период

Что такое конкурентоспособность товара?

1. это совокупность ее свойств, включая качественные характеристики и цену, которые превосходят аналогичные свойства товаров-конкурентов
2. способность товара быть проданным
3. способность производителя произвести товара
4. способность производителя сделать рекламу товару

Активная рекламная кампания прежде всего способствует

5. росту оборота предприятия
6. росту рынка в целом
7. росту прибыли предприятия
8. росту налоговых выплат предприятия

На какую величину влияет цена

5. на скорость оборота средств
6. на величину постоянных затрат

продукции, установленная предприятием	7. на рынок в целом 8. на величину переменных затрат
Что такое спрос на продукцию предприятия?	5. количество обращений покупателей на предприятие в течение определенного периода 6. количество продукции, реализуемой предприятием за определенный период 7. количество товара, закупаемого предприятием за определенный период 8. количество произведенной продукции предприятием за определенный период
Что такое конкуренция?	1. производство товаров с наименьшими издержками 2. соперничество между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта 3. продажа товаров на рынках 4. реклама товаров на рынках
Раздел бизнес-плана «Стратегия маркетинга» включает стратегии	1. по конкурентным преимуществам предприятия 2. по комплексу маркетинга 3. сегментирования рынка и позиционирования товара, товарную, ценовую, сбытовую, коммуникационную стратегии 4. нет правильного ответа

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Какова основная цель подготовки раздела "Производственный план" бизнес- плана?	1. обосновать место производства продукции 2. обосновать производство продукции в необходимых объемах, нужные сроки и требуемого качества 3. обосновать разработку продукции 4. обосновать организационную структуру предприятия
Что позволяет определить анализ безубыточности?	1. найти точку безубыточности, начиная с которой продажа товаров или услуг начнет давать прибыль 2. найти объем продаж продукции 3. найти объем затрат на производство продукции 4. минимизировать налоговые выплаты
Как влияет	1. уменьшает

снижение переменных (прямых) затрат на изменение постоянных затрат?

2. напрямую не влияет
3. увеличивает
4. влияет незначительно

По какому принципу предприятие, имеющее ограниченные ресурсы, должно выбирать ассортимент выпускаемой продукции?

1. по принципу равного распределения ресурсов на весь ассортимент
2. ресурсы направляются на производство продукции, требующей незначительных затрат
3. ресурсы направляются в первую очередь на производство самой прибыльной продукции
4. ресурсы направляются в первую очередь на производство самой материалоёмкой продукции

Раздел «План по энергосбережению» содержит:

1. расчет целевого показателя по энергосбережению
2. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, Срок окупаемости, Объем финансирования, Источники финансирования, Дату внедрения мероприятий, план по целевому показателю по энергосбережению.
3. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, план по целевому показателю по энергосбережению
4. Перечень мероприятий по энергосбережению, Годовую экономию энергозатрат, Объем внедрения, Годовой экономический эффект, количество энергосберегающих технологий

Программа производства и реализации продукции включает

1. годовой объем производства в натуральном и стоимостном выражении
2. выручку от реализации продукции
3. использование производственных мощностей, годовой объем производства в натуральном и стоимостном выражении, выручку от реализации продукции, удельный вес реализуемой продукции по рынкам сбыта
4. все ответы верны

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Собственные оборотные средства (чистый оборотный капитал) рассчитывается как	<ol style="list-style-type: none"> 1. разница между суммами текущих активов и текущих пассивов 2. разница между суммами уставного капитала и долгосрочным заемным капиталом 3. разница между суммами основных средств и суммой фондов, создаваемых предприятием 4. разница между суммами долгосрочных активов и текущих активов
Какова основная цель подготовки раздела "Инвестиционный план" бизнес-плана?	<ol style="list-style-type: none"> 1. обосновать, какие оборотные средства (оборотный капитал) необходимы для реализации предполагаемого проекта 2. обосновать, какие кредитные ресурсы необходимы для реализации предполагаемого проекта 3. обосновать, какое оборудование необходимо для реализации предполагаемого проекта 4. обосновать, какие инвестиции необходимы для реализации предполагаемого проекта
Инвестиционные проекты называются независимыми, если	<ol style="list-style-type: none"> 1. они не могут быть реализованы одновременно 2. решение о принятии одного из них не влияет на решение о принятии другого 3. принятие нового проекта способствует росту доходов по одному или нескольким действующим проектам 4. они могут быть реализованы только последовательно
Инвестиционные проекты называются альтернативными, если:	<ol style="list-style-type: none"> 1. принятие нового проекта способствует росту доходности по одному или нескольким другим проектам 2. принятие нового проекта приводит к некоторому снижению доходов по одному или нескольким действующим проектам 3. они не могут быть реализованы одновременно 4. они могут реализовываться наряду с другими проектами
Какие инвестиционные проекты являются наименее рискованными?	<ol style="list-style-type: none"> 1. проекты, в разработке которых принимают участие опытные эксперты 2. проекты, выполняемые по государственному заказу 3. проекты, связанные с созданием новых производств и технологий 4. проекты, финансируемые за счет кредитных ресурсов
Какие инвестиционные проекты являются наиболее рискованными?	<ol style="list-style-type: none"> 1. проекты, в разработке которых не принимают участие опытные эксперты 2. проекты, связанные с созданием новых (венчурных) производств и технологий 3. долгосрочные проекты, у которых время окупаемости велико 4. проекты, финансируемые за счет кредитных ресурсов
Какая из стадий цикла	<ol style="list-style-type: none"> 1. принятие решения о реализации проекта 2. разработка проектной документации

разработки инвестиционно-го проекта является начальной?	3. выявление возможностей инвестирования (проектные идеи)
Что не входит в круг вопросов инвестиционной политики предприятия?	4. реализация проекта
Какой критерий рекомендуется брать за основу в случае противоречия по различным критериям?	1. формулирование долгосрочных целей его деятельности
Какова основная цель составления плана доходов и расходов?	2. поиск новых перспективных сфер приложения свободного капитала
Какова основная цель составления плана движения денежных средств?	3. оценка альтернативных проектов
Для чего проводится анализ движения денежных средств?	4. принятие решения о выплате дивидендов
Что является признаком финансовой не реализуемости плана в рассматриваемый период времени (например, на пятый месяц реализации проекта)?	1. НДС
	2. ЧДД
	3. ИР
	4. $T_{ок}$
	1. показать, как будет формироваться и изменяться прибыль в ходе реализации проекта
	2. определить состав затрат на производство продукции
	3. определить налоговые выплаты в ходе реализации проекта
	4. прогнозный объем продаж продукции
	1. определить будущие поступления денежных средств
	2. сопоставить ожидаемые поступления и выплаты денежных средств, определить будущую ликвидность предприятия в процессе реализации проекта
	3. определить будущие выплаты денежных средств
	4. определить потребность в финансировании оборотных средств
	1. для оценки прибыли
	2. для оценки наличия денежных средств в распоряжении предприятия
	3. для составления бухгалтерской отчетности
	4. для оценки затрат
	1. разность поступлений и выплат в рассматриваемый период (за 5-ый месяц) отрицательна
	2. сумма поступлений за предшествующие периоды меньше, чем сумма платежей за такие периоды
	3. наличие денежных средств в рассматриваемый период (на 5-ый месяц) отрицательно
	4. в рассматриваемый период (5-ый месяц) необходимо погасить кредит

<p>Каким рекомендациям целесообразно следовать при получении кредита в банке?</p> <p>Какие из перечисленных условий являются показателями целесообразности обращения за кредитом в банк?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. получать кредит в возможно более поздний срок (перед началом периода с дефицитом наличия оборотных средств) 2. получать кредит в начале планового периода 3. погашать кредит в конце отчетного периода 4. получать кредит в первую очередь на приобретение основных средств <ol style="list-style-type: none"> 1. разность между наличием денежных средств на конец и на начало планового периода положительна 2. получение кредита обеспечивает устранение дефицита оборотных средств в рассматриваемый период, но приводит к его существенному возрастанию в будущем 3. расчетная прибыль на единицу кредитных средств (в %) минус процент за кредит положительна 4. возможность получать и погашать кредит по частям
--	---

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Объем реализации услуг фирмы «Гарант», специализирующейся на ремонте телерадиоаппаратуры, составляет 20465 шт. В городе действуют еще 4 предприятия, оказывающие данные виды услуг, с общим объемом реализации 41761 шт. Численность жителей города – 250 000 человек. Средний размер семьи – 3,1 чел. Обеспеченность телерадиоаппаратурой на 100 семей – 220 единиц. Коэффициент ремонта – 0,4.

Дайте прогноз рынка сбыта услуг по ремонту телерадиоаппаратуры, используя метод стандартного распределения вероятностей. Дайте прогнозную оценку объема реализации фирмы «Гарант».

Задача 2. На рынке общий оборот услуг по пошиву и ремонту одежды составил 14 млн.руб. Оборот предприятия в общем обороте 5 млн.руб. Результаты проведения маркетингового исследования рынка показали, что на этом рынке оборот можно повысить до 20 млн. руб., если заинтересовать потенциальных покупателей. Какова доля этого предприятия на рынке? Каковы потенциал рынка, потенциал сбыта предприятия? Какой потенциал уже использован?

Задача 3. Население города обслуживают пять фирм по пошиву одежды с объемом реализации:

1 фирма – 200 тыс.руб.

2 фирма – 730 тыс.руб.

3 фирма – 125 тыс.руб.

4 фирма – 573 тыс.руб.

5 фирма – 330 тыс.руб.

Определить емкость рынка, доля рынка для каждой фирмы. Возможно ли увеличение емкости рынка, если платежеспособный спрос населения на данный вид услуг, по данным опроса экспертов, составил 2 500 000 рублей.

Задача 4. В бизнес-плане определена цель: обойти конкурирующую фирму по показателю доли рынка. Определить, достигнута ли цель, если общий объем рынка по данному товару составляет 3 900 000 рублей. Доля рынка фирмы – 22 %, доля конкурента – 25 %. В анализируемом периоде фирмой дополнительно реализовано 1120 изделий по цене 125 руб. за шт., а объем реализации фирмы-конкурента увеличился на 2 %.

Задача 5. Малое предприятие, специализирующееся на выпуске кожгалантереи, разрабатывает бизнес-план изготовления новой модели женской сумочки. Определить, сможет ли данное предприятие реализовать новую продукцию в минимальные сроки, если объем производства составит 17 000 изделий, реализацию продукции предлагается производить в городе с населением 300 000 человек. Потребители-новаторы составляют 5 %.

Задача 6. Определить величину спроса на услуги по ремонту автомобилей, если коэффициент аварийности составляет 0,3, обеспеченность автомобилями 380 шт. на 1000 жителей. Численность жителей города 800 000 человек.

Задача 7. В бизнес-плане предприятия по изготовлению детской одежды необходимо предложить наиболее привлекательный сегмент рынка по количественным параметрам, если известно, что, по данным экспертного опроса, спрос на данный вид продукции в каждом из трех микрорайонов города составил:

1-й микрорайон – 140 тыс. руб.

2-й микрорайон – 420 тыс. руб.

3-й микрорайон – 560 тыс. руб.

Ни одна аналогичная фирма не обслуживает 1-й микрорайон, во 2-м микрорайоне действует два аналогичных предприятия с годовым объемом продаж, равным 225 тыс. руб., а в 3-м микрорайоне – предприятие с годовым объемом продаж 437 тыс. руб.

Задача 8. Известны технические и экономические параметры грузовиков фирм «ФИАТ» и «Мерседес»:

№	Параметры	Коэффициенты весомости	«Фиат»	«Мерседес»
---	-----------	---------------------------	--------	------------

		параметров		
	Технические			
1.	Грузоподъемность, кг	0,35	2750	2750
2.	Полная масса, кг	0,15	5200	5200
3.	Максимальная скорость, км/ч	0,2	97	98
4.	Пробег шин, тыс. км	0,3	50	50
	Экономические			
1.	Прейскурантная цена, евро	0,5	24 000	25 000
2.	Топливо, евро/год	0,15	4950	6 000
3.	Смазочные материалы, евро/год	0,1	594	700
4.	Стоимость одного комплекта шин, евро/год	0,1	1080	1090
5.	Техобслуживание, евро/год	0,1	4109	4750
6.	Прочие расходы, евро/год	0,05	990	1000

Задача 9. В процессе бизнес-планирования необходимо дать оценку деятельности фирм-конкурентов, специализирующихся на оказании парикмахерских услуг. Для решения данной задачи воспользуйтесь методами: суммы мест, балльной оценки, профиля требований, балльной оценки с учетом коэффициентов весомости. Оцените уровень конкурентоспособности «Салона красоты».

Показатель	«Салон красоты»	Конкуренты	
		«Универсаль»	«Стиль»
Объем реализации, тыс. руб.	916,5	810,2	405,6
Качество услуг	Удовлетворительное	хорошее	хорошее
Использование прогрессивных технологий	Не использ.	использ.	использ.
Культура обслуживания	низкая	высокий	высокий
Рентабельность услуг	15	18	20

Задача 10. Выполните оценку конкурентоспособности услуг по пошиву женского пальто по индивидуальным заказам населения фирмы «Силуэт» с использованием исходных данных, представленных в таблице методами: суммы мест, балльной оценки, профиля требований, балльной оценки с учетом коэффициентов весомости.

Показатель	«Силуэт»	Конкуренты	
		«Светлана»	«Стиль»
Доля рынка, %	60	30	10
Рентабельность услуг	20	20	15
Средневзвешенная цена	110	115	126
Качество услуг	среднее	высокое	среднее
Срок исполнения заказов, дни	10	8	6
Уровень известности фирмы	Хорошо известны	известны	малоизвестны
Расходы на рекламу	10 800	5 400	1 800

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Определить объем товарной и реализованной продукции.

Исходные данные:

1. Сдано готовых изделий на склад для реализации на сумму 50 млн.. руб.
2. Прочая продукция для реализации другим предприятиям — 2,5 млн.. руб.
3. Стоимость оказанных услуг другим предприятиям — 0,84 млн.. руб.
4. Стоимость полуфабрикатов для реализации другим предприятиям — 0,68 млн.. руб.
5. Остатки готовой продукции на складе: на начало года — 0,48 млн.. руб.; на конец года — 0,54 млн.. руб.

Задача 2. Определить коэффициент использования среднегодовой производственной мощности предприятия.

Исходные данные. Годовой объем выпуска продукции 3000 млн. руб., входная производственная мощность — 3500 млн. руб. В конце февраля введена дополнительная производственная мощность — 900 млн. руб., в конце сентября выведена производственная мощность — 4000 млн. руб.

Задача 3. Определить производственную мощность участка, его резерв (потребность) в оборудовании по группам.

Исходные данные.

На специализированном участке механической обработки изготавливаются детали типа «вал». Работает участок в две смены по 8 ч 250 дней в году, из них 6 дней с сокращенной продолжительностью на 1 ч. На ремонт оборудования планируется 5 % номинального фонда времени. Количество оборудования по группам и нормы времени приведены в таблице:

Наименование групп оборудования	Количество оборудования, шт.	Норма времени на обработку среднего вала, мин.	Средний коэффициент выполнения норм
Токарная	10	25	1,015
Сверлильная	5	15	1,1
Фрезерная	7	20	1,12

Определите производственную мощность цеха и коэффициент использования мощности при следующих условиях. Количество однотипных станков в цехе 100 ед., с 1 ноября установлено еще 30 ед., с 1 мая выбыло 6 ед., число рабочих дней в году - 258, режим работы — двухсменный, продолжительность смены — 8 ч, регламентированный процент простоев на ремонт оборудования — 6%, производительность одного станка — 5 деталей в час; план выпуска за год — 1 700 000 деталей.

Задача 4. Определите объем валовой, товарной и реализованной продукции по следующим данным: стоимость готовых изделий для реализации на сторону — 59,5 тыс. руб.; стоимость оказанных услуг на сторону — 10,5 тыс. руб.; стоимость незавершенного

производства: на начало года — 15, 9 тыс. руб.; на конец года — 4,4 тыс. руб.; стоимость (остатки) готовой продукции на складе: на начало года — 13,0 тыс. руб.; на конец года — 20,7 тыс. руб.

Задача 5. Предприятие, которое оснащено 500 станками, работает с выходными и праздничными днями (254 дня) в 2 смены по 8,2 ч каждая. Время остановки оборудования на плановый ремонт — 41 тыс. станкочасов. Определите календарный, режимный и плановый фонды времени установленного оборудования на год. **Задача 4.** Режим работы цеха — 256 дней в году: в 2 смены по 8 ч каждая. Потери времени на плановый ремонт составляют 2%. В цехе — 40 станков. Трудоемкость изготовления единицы изделия — 30 мин; план цеха по производству изделий на год — 78 тыс. шт. Определите мощность цеха и коэффициент загрузки оборудования.

Задача 6. Определите коэффициент экстенсивного, интенсивного и интегрального использования оборудования по следующим данным:

Показатели	План	Отчет
Выпуск продукции, тыс. руб.	10200	10883
Машино-часы, отработанные оборудованием, тыс. машино-часов	208	201

Задача 7. На 1 января производственная мощность цеха составляла 11 тыс. изделий. По плану реконструкции с 1 апреля мощность цеха увеличивается на 1 тыс. изделий, а в сентябре еще на 300. Определите входную, выходную и среднегодовую производственную мощность.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Задача 1. Предприятие требует как минимум 14 процентов отдачи при инвестировании собственных средств. В настоящее время предприятие располагает возможностью купить новое оборудование стоимостью \$84,900. Использование этого оборудования позволит увеличить объем выпускаемой продукции, что в конечном итоге приведет к \$15,000 дополнительного годового денежного дохода в течение 15 лет использования оборудования. Вычислите чистое современное значение проекта, предположив нулевую остаточную стоимость оборудования через 15 лет.

Задача 2. Предприятие планирует новые капитальные вложения в течение двух лет: \$120,000 в первом году и \$70,000 - во втором. Инвестиционный проект рассчитан на 8 лет с полным освоением вновь введенных мощностей лишь на пятом году, когда планируемый годовой чистый денежный доход составит \$62,000. Нарастание чистого годового денежного дохода в первые четыре года по плану составит 30%, 50%, 70%, 90% соответственно по годам от первого до четвертого. Предприятие требует как минимум 16 процентов отдачи при инвестировании денежных средств.

Необходимо определить чистое современное значение инвестиционного проекта, дисконтированный срок окупаемости.

Задача 3. Предприятие имеет два варианта инвестирования имеющихся у него \$100,000. В первом варианте предприятие вкладывает в основные средства, приобретая новое оборудование, которое через 6 лет (срок инвестиционного проекта) может быть продано за \$8,000; чистый годовой денежный доход от такой инвестиции оценивается в \$21,000.

Согласно второму варианту предприятие может инвестировать деньги в рабочий капитал (товарно-материальные запасы, увеличение дебиторских) и это позволит получать \$16,000 годового чистого денежного дохода в течение тех же шести лет. Необходимо учесть, что по окончании этого периода рабочий капитал высвобождается (продаются товарно-материальные запасы, закрываются дебиторские счета).

Какой вариант следует предпочесть, если предприятие рассчитывает на 12% отдачи на инвестируемые им денежные средства? Воспользоваться методом чистого современного значения.

Задача 4. Предприятие планирует крупный инвестиционный проект, предусматривающий приобретение основных средств и капитальный ремонт оборудования, а также вложения в оборотные средства по следующей схеме:

\$130,000 - исходная инвестиция до начала проекта;

\$25,000 - инвестирование в оборотные средства в первом году;

\$20,000 - инвестирование в оборотные средства во втором году;

\$15,000 - дополнительные инвестиции в оборудование на пятом году;

\$10,000 - затраты на капитальный ремонт на шестом году.

В конце инвестиционного проекта предприятие рассчитывает реализовать оставшиеся основные средства по их балансовой стоимости \$25,000 и высвободить часть оборотных средств стоимостью \$35,000.

Результатом инвестиционного проекта должны служить следующие чистые (т.е. после уплаты налогов) денежные доходы:

1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
\$20,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$50,000	\$50,000	\$20,0	\$10,00

Необходимо рассчитать чистое современное значение инвестиционного проекта и сделать вывод о его эффективности при условии 12-ти процентной требуемой прибыльности предприятия на свои инвестиции.

Задача 5. Предприятие планирует новые капитальные вложения в течение трех лет: \$90,000 в первом году, \$70,000 - во втором и \$50,000 - третьем. Инвестиционный проект рассчитан на 10 лет с полным освоением вновь введенных мощностей лишь на пятом году, когда планируемый годовой чистый денежный доход составит \$75,000. Нарастание чистого годового денежного дохода в первые четыре года по плану составит 40%, 50%, 70%, 90% соответственно по годам от первого до четвертого. Предприятие требует как минимум 18 процентов отдачи при инвестировании денежных средств.

Необходимо определить

чистое современное значение инвестиционного проекта,

дисконтированный срок окупаемости.

Как изменится Ваше представление об эффективности проекта, если требуемый показатель отдачи составит 20%.

Задача 6. Предприятие имеет два варианта инвестирования имеющихся у него \$200,000. В первом варианте предприятие вкладывает в основные средства, приобретая новое оборудование, которое через 6 лет (срок инвестиционного проекта) может быть продано за \$14,000; чистый годовой денежный доход от такой инвестиции оценивается в \$53,000.

Согласно второму варианту предприятие может инвестировать деньги частично (\$40,000) в приобретение новой оснастки, а оставшуюся сумму в рабочий капитал (товарно-материальные запасы, увеличение дебиторских). Это позволит получать \$34,000 годового

чистого денежного дохода в течение тех же шести лет. Необходимо учесть, что по окончании этого периода рабочий капитал высвобождается (продаются товарно-материальные запасы, закрываются дебиторские счета).

Какой вариант следует предпочесть, если предприятие рассчитывает на 14% отдачи на инвестируемые им денежные средства? Воспользоваться методом чистого современного значения.

Задача 7. Предприятие рассматривает инвестиционный проект, предусматривающий приобретение основных средств и капитальный ремонт оборудования, а также вложения в оборотные средства по следующей схеме:

\$95,000 - исходная инвестиция до начала проекта;

\$15,000 - инвестирование в оборотные средства в первом году;

\$10,000 - инвестирование в оборотные средства во втором году;

\$10,000 - инвестирование в оборотные средства в третьем году;

\$8,000 - дополнительные инвестиции в оборудование на пятом году;

\$7,000 - затраты на капитальный ремонт на шестом году.

В конце инвестиционного проекта предприятие рассчитывает реализовать оставшиеся основные средства по их балансовой стоимости \$15,000 и высвободить оборотные средства.

Результатом инвестиционного проекта должны служить следующие чистые (т.е. после уплаты налогов) денежные доходы:

1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
\$15,000	\$25,000	\$30,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$30,000	\$20,000

Необходимо рассчитать чистое современное значение инвестиционного проекта и сделать вывод о его эффективности при условии 14-ти процентной требуемой прибыльности предприятия на свои инвестиции.

Задача 8. Проект, требующий инвестиций в размере \$160000, предполагает получение годового дохода в размере \$30000 на протяжении 15 лет. Оцените целесообразность такой инвестиции, если коэффициент дисконтирования - 15%.

Задача 9. Проект, рассчитанный на 15 лет, требует инвестиций в размере \$150000. В первые 5 лет никаких поступлений не ожидается, однако в последующие 10 лет ежегодный доход составит \$50000. Следует ли принять этот проект, если коэффициент дисконтирования равен 15%?

Задача 10. Анализируются проекты (\$):

	IC	C1	C2
А	-4000	2500	3000
Б	-2000	1200	1500

Ранжируйте проекты по критериям IRR, NPV, если $r = 10\%$.

Задача 11. Для каждого из нижеприведенных проектов рассчитайте NPV и IRR, если значение коэффициента дисконтирования равно 20%.

А	-370	-	-	-	-	1000
В	-240	60	60	60	60	-
С	-263,5	100	100	100	100	100

Задача 12. Проанализируйте два альтернативных проекта, если цена капитала 10%.

А	-100	120			
Б	-100	-	-	-	174

Задача 13. Сравните по критериям NPV, IRR два проекта, если стоимость капитала 13%:

А	-20000	7000	7000	7000	7000
Б	-25000	2500	5000	10000	20000

Задача 14. Величина требуемых инвестиций по проекту равна \$18000; предполагаемые доходы: в первый год - \$1500, в последующие 8 лет по \$3600 ежегодно. Оцените целесообразность принятия проекта, если стоимость капитала 10%.

Задача 15. Предприятие рассматривает целесообразность приобретения новой технологической линии. На рынке имеются две модели со следующими параметрами (\$)

	П1	П2
Цена	9500	13000
Генерируемый годовой доход	2100	2250
Срок эксплуатации	8 лет	12 лет
Ликвидационная стоимость	500	800
Требуемая норма доходности	11%	11%

Какой проект Вы предпочтете?

Задача 16. Оценка вероятности наступления рисков в проекте бизнес-плана выполнена с использованием метода экспертных оценок. Результаты опроса трех экспертов представлены в таблице.

Вероятность наступления рисков

Первый эксперт	Второй эксперт	Третий эксперт
75	50	75
50	25	25
25	25	50
0	0	25

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Понятие, виды и методы планирования.
2. Организация планирования на предприятии.
3. Бизнес-план как элемент экономической политики предприятия

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Концепция бизнеса (резюме): подходы к составлению. Описание предприятия и отрасли.
2. Исследование и анализ рынка сбыта. Методы прогнозирования в бизнес-планировании.
3. Оценка конкурентоспособности товаров и фирмы, разработка конкурентной стратегии.
4. План маркетинга: разработка маркетинговой стратегии, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.

Тема 3. Производственный и организационный план

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Формирование производственной программы.
2. Смета затрат на производство.
3. Организационный план.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Особенности финансового плана как структурного раздела бизнес-плана.
2. Оценка эффективности инвестиций.
3. Методика анализа и оценки рисков в бизнес-планировании.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата;

Критерии	Показатели
	- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4 Решение кейсов

Тема 1. Содержание процесса бизнес-планирования

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №1. В какой момент и с чего начать работу по поиску инвестора?

Группа начинающих предпринимателей планирует реализовать проект по созданию онлайн-сервиса для ведения управленческого учёта малыми предприятиями, позволяющего клиентам сравнивать показатели собственного бизнеса со средними по аналогичным объектам. В текущий момент проект находится на pre-seed стадии – проводится предпроектная подготовка. Предприниматели планируют получить 100% финансирование у венчурного фонда, это их первый опыт по привлечению инвестиций. В какой момент и с чего начать работу с потенциальными инвесторами?

РЕШЕНИЕ:

Так как инициаторы проекта планируют полностью профинансировать проект за счет инвестиционных средств, Рекомендуется начать работу по поиску партнеров в максимально короткие сроки. Если бы предприниматели планировали вкладывать собственных средства, в том числе полученные в виде займов от родственников, друзей и т.д., то более целесообразно было бы попытаться самостоятельно довести проект до стадии прототипа (prototype) или работающего прототипа (working prototype). Это позволило бы получить более высокую оценку стоимости проекта, а значит сохранить более высокую долю в компании после получения инвестиций.

Перед началом общения с потенциальными инвесторами мы советуем подготовить тизер идеи – односторонний документ, раскрывающий концепцию проекта. Так как данный формат представления информации значительно ограничен по объему, стоит обдумывать каждое предложение и указывать только самое главное.

В качестве одного из вариантов можно рассмотреть следующую структуру данного документа:

- Идея
- Зарубежный (мировой) опыт
- Бизнес-модель
- Стратегия развития
- Команда

ИДЕЯ

3-4 предложения о вашем проекте, отражающих его суть, показывающих в чем его ценность для потребителей и почему реализацию проекта целесообразно начинать в

текущих рыночных условиях.

ЗАРУБЕЖНЫЙ (МИРОВОЙ) ОПЫТ.

Оптимальным является показать успешный опыт реализации подобных проектов в других странах или других отраслях, особенно если они были профинансированы профессиональными инвесторами.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ.

Схематическое описание того, на чем вы планируете зарабатывать деньги: механизмы привлечения клиентов и оказания услуг, источники получения выручки.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ. Здесь необходимо показать своё видение поэтапного развития проекта в краткосрочной перспективе (1 год), концептуальный вектор развития в среднесрочной (3 года) и, желательно, долгосрочной перспективах (10 лет).

КОМАНДА.

Приводите краткую профессиональную биографию и фото ключевых членов команды, указываете их роли в проекте. Команда для стартапа – это всегда самое главное, на что обращают внимание инвесторы: инвестировать в стартап – значит поверить в команду. При описании профессиональных биографий Рекомендуется приводить только те факты, которые могут характеризовать членов команды как людей, обладающих опытом и навыками, необходимыми для их роли в проекте.

Описанный выше подход позволит уже сейчас узнать мнение профессиональных инвесторов относительно вашего проекта, а также понять принципиальный интерес с их стороны. Учитывая, что это первый подобный опыт, вы также можете получить требования и рекомендации к инвестиционным документам: финансовой модели и бизнес-плану проекта.

КЕЙС №2. Как купить бизнес?

Начинающий предприниматель из Москвы планирует приобрести автомойку. Его инвестиционный бюджет ограничен суммой в 2 млн.. руб. Он планирует самостоятельно заниматься операционным управлением и вернуть вложенные средства за 12 месяцев. Как минимизировать риски и сделать выгодное приобретение?

РЕШЕНИЕ:

Рекомендуется разделить процесс приобретения бизнеса на 5 основных этапов.

1. ИЗУЧЕНИЕ.

Перед тем, как начинать процесс поиска потенциального объекта для приобретения рекомендуется подробно изучить данный вид бизнеса. Наиболее ценную информацию можно получить:

- на форумах профильных сайтов (www.avtomoika.com) и форумах, посвященных малому бизнесу (например, www.bishelp.ru);

- в компаниях, занимающихся открытием автомоек под ключ: под видом потенциального покупателя Вы можете постараться получить рекомендации о выборе местоположения, сезонности бизнеса, современном оборудовании, методике расчета прогнозных операционных и финансовых показателей и т.д.

Владение информацией не только позволит Вам минимизировать коммерческие риски при приобретении бизнеса, но и значительно усилит Вашу переговорную позицию.

2. ПОИСК

Поиск предложений можно осуществлять самостоятельно на крупных российских площадках по покупке-продаже бизнеса: www.bizzona.ru, www.biztorg.ru. Вы также можете привлечь к процессу поиска, а также остальным этапам сделки бизнес-брокера. В любом случае Вы должны понимать процесс и уметь оценивать привлекательность тех объектов, которые Вам предлагают.

В первую очередь Рекомендуется провести экспресс отбор объектов, подходящих установленным критериям: максимальная стоимость 2 млн.. руб., срок окупаемости не

более 12 месяцев. Следует отметить, что максимальная стоимость должна быть ниже 2 млн. руб., так как после приобретения объекта может возникнуть потребность инвестиций в его улучшение (мелкий ремонт, приобретение специализированного ПО и т.д.) и оборотный капитал. Необходимо также учесть расходы на подготовку сделки (как минимум оплату услуг юридических консультантов). Учитывая все выше сказанное, целесообразно снизить максимальную стоимость, например, до 1,7 млн. руб. Это означает, что среднемесячная чистая прибыль, необходимая для возврата только инвестиций в приобретение, должна быть не менее 140 тыс. руб. (в данном случае мы приравниваем чистый денежный поток к чистой прибыли). Данные параметры указываются в объявлениях о продаже бизнеса, поэтому Вы сможете самостоятельно отфильтровать нужные предложения на профильных интернет-площадках.

Далее необходимо проанализировать отобранные объекты с точки зрения местоположения, внешнего вида (по фотографиям), площади, кол-ва постов, наличия кафе или комнаты ожидания, шиномонтажа и т.д. По результатам анализа предложений Рекомендуется проранжировать отобранные объекты по уровню привлекательности и приступить к их выездному просмотру.

3. ОЦЕНКА.

Данный шаг включает в себя не только оценку справедливой стоимости рассматриваемых объектов, но и их коммерческих перспектив:

- оценка местоположения: анализ транспортных потоков, анализ района с точки зрения проживающего населения (численность, уровень дохода, количество ТС и т.д.) – большая часть данной информации находится в открытом доступе на <http://moscow.gks.ru/>;
- оценка локального рынка: анализ уровня концентрации автомоек в районе, анализ конкурентов и т.д.;
- экспресс оценка ключевых исторически операционных и финансовых показателей объекта по месяцам: количество клиентов, средний чек, выручка, операционные расходы и их укрупненная структура, чистая прибыль.

Получив информацию о стоимости оборудования и отделки от компаний, занимающихся открытием моек под ключ, Вы можете примерно оценить стоимость объекта, зная количество постов, площадь вспомогательных помещений, стоимость товарного запаса, а также сделав поправку на состояние помещений и оборудования. Полученная стоимость не будет включать в себя стоимость времени, которое текущий собственник потратил на организацию данного бизнеса, но зато позволит узнать, во сколько он оценивает свои труды. Необходимо отметить, что в большинстве случаев продавцы, выставяя цены, не задумываются об этом. Поэтому у Вас будет преимущество, и Вы сможете сравнивать все заинтересовавшие Вас объекты по размеру премии собственника за организацию бизнеса. Также можно обратить внимание на мультипликатор Стоимость/Среднемесячная чистая прибыль, то есть количество среднемесячных чистых прибылей, за которое собственник продает бизнес. Соответственно, чем ниже значение данного показателя, тем более выгодным является предложения при прочих равных условиях.

4. ЭКСПЕРТИЗА

Отобрав 1 или 2 объекта можно переходить к проведению технической, финансовой и юридической экспертизы бизнеса. В случае отсутствия специальных знаний Рекомендуется Вам привлечь к данному процессу профильных специалистов.

Ключевыми целями на данном этапе являются:

- проверить исправность работы оборудования и прочих технических систем;
- проверить уставные документы, основные договоры с контрагентами, право собственности на основные активы (оборудование), установить возможные претензии на объект и его элементы со стороны третьих лиц;
- подтвердить заявленные финансовые показатели, в том числе проверить дебиторскую и кредиторскую задолженности, проверить порядок начисления и уплаты налогов – оценить потенциальные налоговые риски.

Следует отметить, что часто в такого рода бизнесе бухгалтерская отчетность не соответствует реальному положению дел. Но практически в 100% случаев с высокой долей вероятности можно подтвердить показатели заявленные собственником с помощью управленческой отчетности. Если ее нет, то это риск, который Вам придется принять и учесть при определении цены приобретения бизнеса в переговорах.

5. СДЕЛКА.

В случае если экспертиза не выявила существенных рисков, сделавших приобретение объекта неприемлемым для Вас, необходимо переходить к согласованию цены, основных условий и структуры сделки (порядок оплаты, передачи документации и т.д.). Рекомендуется по возможности включить в договор купли-продажи максимальное количество условий защищающих Вас от потенциальных рисков, которые Вы установили в процессе экспертизы. Например, в случае возникновения претензий со стороны налоговых органов за предыдущие периоды, собственник обязуется содействовать процессу и в случае начисления налогов – возместить данные расходы.

После того как все условия и структура сделки согласованы, запускается юридический процесс перехода права собственности на объект.

Тема 2. Исследование рынка сбыта, разработка конкурентной стратегии и план маркетинга.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №3. Оцениваем объем рынка профессиональной косметики.

Мы, группа предпринимателей из г. Москва, планируем заняться дистрибьюцией профессиональной* косметики для лица и тела и на правах эксклюзивности вывести на российский рынок новый бренд. Как нам оценить объем потенциального рынка сбыта?

Для справки: *косметика, используемая для оказания эстетических и косметологических услуг профессиональными участниками данного рынка: салонами красоты, косметологическими салонами и т.д. Также существуют специальные (домашние) линии данной косметики, предназначенные для продажи профессиональными участниками своим клиентам.

РЕШЕНИЕ:

Дистрибьюция профессиональной косметики – это сегмент B2B, то есть в данном случае целевой аудиторией являются профессиональные участники рынка эстетических и косметологических услуг: салоны красоты, косметологические салоны, СПА-салоны и т.д. (далее, в общем, мы будем называть их Объекты). Бизнес данных компаний является локальным – значительная доля потребителей или проживает в непосредственной близости от Объекта или, по крайней мере, в том же населенном пункте. Таким образом, ключевыми рынками сбыта для профессиональной косметики в РФ являются города и городские округа, общее количество которых, согласно данным Росстат, составляет 1 100.

1. Определение географии рынка сбыта.

Изначально целесообразно определить географию рынка, то есть выделить города,

интересные для работы. В качестве параметра выбора можно использовать, например, численность населения. Данные можно взять с официального интернет-сайта Росстата, который делит города по указанному признаку на 10 групп. Также города можно самостоятельно разделить на несколько групп, например «более 1 млн. чел.» и «менее 1 млн. чел.», начать анализ с миллионников и, по итогам полученных результатов, принимать решение о продолжении исследования рынков более мелких городов или проведении их экспресс-анализа (в зависимости от доли миллионников в общем объеме рынка).

2. Определение общего количества объектов.

Оптимальным источником информации будет являться система 2GIS – лидер российского рынка local search. Отличительной чертой данной системы является актуальность информации (ежедневно сотрудники компании физически обходят города по вверенным им маршрутам и проверяют фактическое наличие объектов, добавленных в базу).

В результате выполнения данной части анализа вы должны определить общее количество Объектов в разбивке по городам, включенным в периметр исследования.

3. Сужение количества Объектов в соответствии с выбранным ценовым сегментом.

Как правило, каждый продукт относится к какому-либо из трёх ценовых сегментов: низкий (эконом), средний, высокий. В каждой отдельной отрасли также часто существует деление на подсегменты. Рекомендуется проводить анализ в рамках трех основных ценовых сегментов, так как более глубокое деление усложняет процесс распределения продуктов внутри сегментов, что значительно понижает эффективность затраченного времени. В данном случае есть два варианта разделения Объектов на ценовые сегменты:

1) На основании усредненных долей, полученных от экспертов рынка или из открытых источников информации (статьи, обзоры и т.д.). Применительно к рынку косметических и эстетических услуг вас могут устроить, например, следующие данные: 60% салонов красоты Москвы относятся к эконом сегменту, 30% – к среднему, 10% – к высокому. Данное или близкое распределение можно применить и к другим городам-миллионникам.

2) Проанализировать бренды косметики, используемые Объектами. Данную информацию можно найти на интернет-сайтах салонов красоты и косметологических салонов, посредством звонков под видом потенциального клиента. Необязательно прорабатывать все Объекты, можно ограничиться определенной выборкой, например 50% от общего количества.

4. Определение концентрации Объектов в зависимости от города.

Концентрация Объектов может быть измерена через показатель отношения их количества к численности населения города. Также Рекомендуется добавить к анализу макроэкономические показатели такие, как уровень среднемесячного дохода на душу населения, возрастной состав населения и т.д. Анализ и сравнение данных показателей позволят вам ранжировать выбранные города по уровню приоритета, что очень важно на старте бизнеса.

5. Определение среднего объема и частоты закупки.

Следующим шагом вам необходимо определить объем средней закупки среднего Объекта руб. /месяц, периодичность закупки, а также влияние сезонности бизнеса Объектов на данные показатели. Сезонность можно выразить в цифрах, разделив все месяцы в году на несколько групп (сезон, межсезонье, не сезон) и присвоив каждой группе соответствующий коэффициент, отражающий среднее снижение/рост объема оказания услуг по отношению к показателям межсезонья.

Данную информацию можно получить, пообщавшись с директорами, владельцами или соответствующими специалистами салонов красоты, косметологических салонов и т.д. Поищите таких людей среди своих знакомых и их знакомых, встретьтесь с ними под предлогом посоветоваться. Вы не являетесь для них конкурентом, более того – они могут быть вашими потенциальными клиентами, поэтому с высокой вероятностью встретятся с вами. Также можно найти данную информацию на специализированных форумах,

посвященных бизнесу в сфере эстетических и косметологических услуг.

6. Расчет объема рынка по месяцам с учетом сезонности внутри года.

Перемножив средний объем закупки на коэффициент сезонности и количество целевых Объектов можно получить объем рынка вашего сегмента. По аналогичной методике вы можете проанализировать все сегменты рынка – это позволит вам понять, правильно ли вы выбрали сегмент. Сложив результаты каждого месяца, вы получите годовой объем рынка в разбивке по крупнейшим городам РФ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ АНАЛИЗА.

- Определение наиболее привлекательных городов и правильная расстановка приоритетов на начальном этапе.
- Определение количества потенциальных клиентов.
- Получение данных для оценки потенциального объема продаж ваших продуктов.
- Определение наиболее удачного времени для старта выхода на рынок.

КЕЙС №4. Как построить план продаж?

Ювелирная компания из г. Кострома занимается производством ювелирных изделий из золота по давальческой схеме. Основными клиентами компании являются федеральные розничные сети и крупные оптовые компании. После 3-х лет успешной работы собственники бизнеса приняли решение о самостоятельном выходе на рынок и начале производства изделий под собственным брендом из собственного металла. Как им построить план продаж?

РЕШЕНИЕ:

При составлении плана продаж Рекомендуется ориентироваться только на прямые продажи, а эффект от использования остальных инструментов привлечения клиентов консервативно приравнять к нулю.

Перед составлением плана продаж и принятием решения о выходе на рынок с собственным брендом Рекомендуется провести экспресс-анализ рынка с целью определения спектра потенциальных клиентов (объектов), их количества и географического распределения.

После того как вы определили количество клиентов по регионам (городам), в данном случае это будут региональные и локальные розничные сети, отдельные ювелирные магазины, необходимо сделать допущения относительно средней суммы закупки (в рублях и натуральном выражении), а также частоты закупок. Данные индикаторы необходимы из расчета на 1 магазин, так как у ваших потенциальных клиентов часто будет несколько магазинов. Также необходимо учесть фактор сезонности. Данную информацию можно получить у друзей и знакомых, занимающихся ювелирной розницей, на специализированных форумах. Также можно сделать пилотный обзвон объектов в 1 или 2 городах с целью проведения серии выездных презентаций коллекции изделий, в ходе которых как раз можно попытаться получить необходимые данные.

Теперь необходимо расставить приоритеты по городам. Лучше объединять города в группы по признаку местоположения и начинать с ближайших к вашему производству.

Далее вы ставите цели на первый месяц работы. Цели должны быть выражены в цифрах: провести X встреч с X потенциальными клиентами в определенных городах, например в Ярославле и Иваново. Данная работа позволит вам определить параметры для составления плана продаж.

Рекомендуется разделить алгоритм построения плана продаж на 3 уровня.

1-ый уровень (первый контакт) – это холодные звонки. Под холодным звонком в данном случае понимается установление контакта с лицом, отвечающим за процесс закупки продукции, а не попытка дозвониться.

Количество холодных звонков, которое менеджер по продажам должен совершать ежедневно / еженедельно и т.д., рассчитывается исходя из:

- целевого количества выездных встреч на 1 менеджера в день / неделю и т.д.;
- конверсии «холодный звонок-встреча», то есть, в результате какого количества звонков будет назначена 1 встреча.

Это означает, что если, например, вы поставили цель провести 10 презентаций своей продукции в течение месяца, то при конверсии «холодный звонок – встреча» на уровне 20%, вашим менеджерам необходимо совершить 50 холодных звонков.

Используя список потенциальных клиентов в целевых городах, вы ставите цели и анализируете то, как менеджеры по продажам их выполняют.

2-ой уровень (встреча) – это количество выездных встреч, проведенных менеджерами по продажам. Данный индикатор является категорией цели и должен устанавливаться в вашей компании.

3-ий уровень (новый клиент) – это новые клиенты, то есть те, кто сделал первую закупку (или взял товар на комиссию) после презентации или серии встреч и переговоров. В первый раз вы можете установить коэффициент конверсии «презентация – новый клиент» по результатам пилотного периода. Далее по мере накопления статистики вы будете изменять данный показатель.

4-ый уровень (активный клиент) – это клиенты, которые продолжают сотрудничество с вами после первой закупки (например, закупает продукцию не реже чем один раз в 3 месяца). Помимо конверсии «новый клиент – активный клиент» на данном уровне необходимо использовать коэффициент оттока активных клиентов.

Поставив цели по количеству клиентов, ориентиры по конверсиям, среднему объему закупок, частоте закупок, а также коэффициенту оттока клиентов, вы сможете не только построить план продаж, но и рассчитать объем необходимых ресурсов для его выполнения (персонал, транспорт и т.д.).

Все описанные выше показатели могут использоваться как инструменты планирования, так и индикаторы для оценки эффективности работы менеджеров по продажам.

Тема 4. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Пример кейса.

КЕЙС №5. Строим успешный бизнес-план для лизинговой компании.

Компания, занимающаяся производством одежды для охоты и рыбалки, из г. Владимир впервые планирует привлечь внешнее финансирование и приобрести в лизинг стол для автоматического кроя ткани. С помощью данного оборудования компания планирует увеличить объем производства и его эффективность.

В виду низкого уровня ликвидности подобного оборудования, одним из требований лизингодателя является наличие бизнес-плана. Как построить бизнес-план, на что сделать акцент и, при прочих равных условиях, получить одобрение со стороны лизинговой компании?

Для справки:

Выручка компании за год = 45,6 млн. руб.

Сумма договора лизинга = 5,9 млн. руб. (с НДС).

РЕШЕНИЕ.

В данном случае рекомендуется разделить процесс разработки бизнес-плана на три основных блока:

1. Компания
2. Рынок
3. Планы и перспективы
4. Резюме и риски

1. КОМПАНИЯ.

Ключевой целью данного раздела является рассказать потенциальному лизингодателю о прошлом и настоящем вашего бизнеса. Данный блок можно разбить на следующие подразделы:

1.1. История. Здесь вы показываете, какой путь прошла компания, чего достигла, на каком этапе развития находится в данный момент.

1.2. О Компании. Данный подраздел является завершением предыдущего: кратко в 3-4 абзаца вы описываете, что представляет собой ваша компания на данный момент.

1.3. Продукты. Кратко описываете текущие направления деятельности компании и производимые продукты. Необходимо концентрироваться на сильных сторонах вашей продукции, на её потребительских свойствах. Лизингодатель – не потенциальный покупатель, поэтому описание продуктов не должно перерасти в рекламу. Можно указать, что производимый вами ассортимент одежды делится на определенное количество групп, например, по сезонному признаку, в каждой группе – определенное количество артикулов (sku) и т.д.

1.4. Маркетинг (способы продвижения продукции). В данном разделе необходимо описать механизмы привлечения клиентов, которые вы используете, а также показать их эффективность. Например, если компания участвует в профильных выставках, целесообразно показать, сколько новых клиентов вы привлекли за выставку/ки в ретроспективе, какова стоимость привлечения одного клиента, сколько к текущему моменту вы заработали на каждом из них.

1.4. Ключевые клиенты. Здесь необходимо предоставить краткую информацию о ключевых клиентах за последние 3 года, а также данные по выручке, приходящейся на данных клиентов, и их долю в общем объеме продаж. Концентрация продаж на одном или нескольких крупных клиентах снижает привлекательность вашего бизнеса для потенциального лизингодателя. В случае если ваш бизнес зависит от нескольких крупных заказчиков, в блоке, посвященном планам компании, обязательно необходимо указать в качестве одной из целей диверсификацию продаж и заложить это в финансовые расчеты.

1.5. Совладельцы и топ-менеджмент. В случае если ваша компания с юридической точки зрения состоит из нескольких обществ, каждое из которых выполняет определенную функцию, эту информацию также необходимо раскрыть. Данные общества войдут в так называемый периметр консолидации – их финансовые показатели будут рассматриваться консолидировано (в основном выручка, так как на практике остальные финансовые показатели из бухгалтерской отчетности компаний подобного размера не репрезентативны).

Также необходимо рассказать о собственнике / совладельцах бизнеса и ключевых фигурах (генеральный директор, коммерческий директор и т.д.), их профессиональной биографии, сделав акцент на опыт, особенно в той области, в которой работает ваша компания. Часто в компаниях схожего размера владельцы бизнеса и ключевые руководящие фигуры – это одни и те же лица.

1.6. Технология производства. Так как вашей конечной целью является приобретение оборудования, которое позволит повысить объем и эффективность производства, в процессе описания технологии производства необходимо указать существующие проблемы. Целесообразно описать каждый технологический процесс в отдельности, сделать соответствующие фотографии и включить их в бизнес-план.

1.7. Финансы. В случае несоответствия бухгалтерской отчетности реальному положению вещей или отсутствия консолидированной отчетности, необходимо использовать данные управленческой отчетности. В любом случае желательно, чтобы были 3 основные формы за 3 последних года и анализ за аналогичный период. Анализ необходимо проводить с упором на уровень кредитоспособности компании, а значит на показатели ликвидности и долговой нагрузки. Если форма управленческой отчетности одна и это отчет о прибылях и убытках комбинированный с движением денежных средств, необходимые аналитические показатели в любом случае необходимо рассчитать.

2. РЫНОК. Если у вас отсутствуют исследования соответствующего рынка, выполненные маркетинговыми агентствами, или их в принципе нет, можно самостоятельно разработать данный блок. Условно его можно разделить на три составляющие: текущая ситуация, конкурентное окружение, перспективы развития (тенденции). Главное, чтобы вы смогли показать, что понимаете рынок, на котором работаете, видите направление его развития и ваше место на нем.

3. ПЛАНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.

Рекомендуется разбить данный блок на три части:

3.1. Стратегия развития. Необходимо сформировать цели компании и инструменты их достижения в краткосрочной (1 год) и среднесрочной перспективе (3 года). Желательно, чтобы горизонт постановки целей как минимум соответствовал планируемому сроку договора лизинга, а одним из инструментов их достижения являлась модернизация производства посредством автоматизации участка раскроя. Цели Рекомендуется выражать в цифрах, например, увеличить объем продаж до X руб., расширить клиентскую базу на X % до X активных клиентов (размещающих заказ не реже одного раза в заданный период времени).

3.2. Эффект от внедрения стола для автоматического кроя ткани. В данном разделе необходимо подробно описать плюсы от внедрения нового оборудования, описать, как изменится механизм производства и какие текущие проблемы будут решены. Все должно быть подкреплено цифрами: если вы говорите про повышение эффективности, то необходимо указывать на сколько % и описывать методику расчета; если вы говорите о снижении расходов на персонал, то нужно указывать какого и насколько и т.д.

3.3. Финансовый план. Основной для данного раздела должна быть финансовая модель вашей компании. Исторические данные используются для проведения анализа финансовых и операционных показателей. Прогнозный период должен как минимум соответствовать сроку договора лизинга. В идеальном варианте у вас должны быть построены управленческие формы прогнозных отчета о прибылях и убытках, баланса, отчета о движении денежных средств. Самым главным при построении прогноза и его обосновании является оценка будущих продаж. Идеально, если бы ваши основные покупатели (B2B) смогли предоставить предварительные заявки на 3,6,12 месяцев.

Ключевой целью данного раздела является показать, что операционного денежно потока, генерируемого бизнесом, будет достаточно для выполнения обязательств по договору лизинга.

3.4. Сценарный анализ способности обслуживать лизинговые платежи. Помимо сценария, заложенного в финансовый план, Рекомендуется рассмотреть два дополнительных: пессимистичный и сверхпессимистичный. Например, в пессимистичном сценарии можно сделать предпосылку о том, что выручка компании в период действия договора лизинга будет составлять 30% от запланированного объема, в сверхпессимистичном – 50%. Далее следует проанализировать влияние снижения объема продаж на операционный денежный поток и способность компании обслуживать лизинговые платежи.

4. РЕЗЮМЕ И РИСКИ. После того, как работа над основными разделами закончена, необходимо описать риски, присущие вашему бизнесу и ваше видение способов их минимизации. Финальной стадией является подготовка резюме – выжимки ключевой информации из бизнес-плана. После прочтения данного раздела у лизингодателя должно

сложиться общее представление о компании, рынке на котором она работает, перспективах ее развития и уровне кредитоспособности.

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к экзамену:

1. Методология и организация планирования бизнеса.
2. Система планов на предприятии.
3. Стратегический план бизнеса.
4. Текущие и оперативные планы.
5. Определение целей и задач предприятия, отражаемых в бизнес-плане.
6. Внешняя и внутренняя среда бизнеса.
7. Бизнес-план предприятия и его разделы. Основное содержание бизнес-плана.
8. Особенности составления и обоснования бизнес-плана различных видов предпринимательства.
9. Сводный раздел бизнес-плана. Резюме.
10. Сущность, основные черты планируемого товара, конкурентоспособность.
11. План производства продукции. Его обоснование и включение в бизнес-план предприятия.
12. Состав и структура основных производственных и оборотных фондов предприятия (бизнес-плана).
13. Расчет потребности в сырье и материалах.
14. Производственная программа предприятия и ее обоснование производственной мощностью.
15. Показатели эффективности использования ресурсов.
16. Обоснование и балансовая увязка разделов плана между собой.
17. Определение цены продукции. Порядок ее применения в планировании бизнеса.
18. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции и планирование себестоимости.
19. Рынок сбыта продукции. Сегментация и емкость рынка.
20. Учет фактора конкуренции на рынке при планировании бизнеса.
21. Стратегия и план маркетинга. Их применение в бизнес-плане.
22. Система целей бизнеса, структуризация целей.
23. Организационный план предприятия. Структура управления бизнесом. Трудовой контракт на предприятии.
24. Расчет численности: основной персонал, вспомогательный, ИТР, служащие.
25. Производительность и интенсивность труда, показатели измерения.
26. Фонд оплаты труда и отчисления на заработную плату.
27. Риск и страхование. Группы риска и их учет в бизнес-планировании.
28. Показатели риска. Определение возможной величины потерь и их учет при составлении планов.
29. Финансовый план бизнеса: сущность и содержание.
30. Финансовый анализ: расчет основных показателей.

31. Реализация продукции. Определение плана продаж.
32. Потоки денежных средств предприятия и их баланс.
33. Приток поступления денежных средств. Определение их величины, учет в бизнес-плане.
34. Отток денежных средств. Определение его величины, учет в бизнес-плане.
35. Определение величины валовой, чистой прибыли и ее учет в бизнес-плане.
36. Баланс активов и пассивов предприятия, его роль в бизнес-планировании.
37. Безубыточность. График достижения безубыточности.
38. Стратегия финансирования предприятия. Ее цели, сущность и содержание.
39. Инвестиции: понятие, виды, источники.
40. Показатели эффективности привлечения инвестиций.
41. Инвестиции, оценка их величины для реализации бизнес-плана.
42. Определение величины собственных и заемных средств, необходимых для реализации бизнес-плана.
43. Определение времени возврата предприятием заемных средств.
44. Порядок корректировки планов по годам в связи с изменением внешних и внутренних условий.
45. Техничко-экономические исследования при составлении и обосновании бизнес-плана предприятия.
46. Внутрипроизводственное планирование на предприятии, цели и задачи, связь с системой планирования бизнеса.
47. Планирование деятельности основных производственных подразделений, его особенности.
48. Планирование деятельности вспомогательных и обслуживающих подразделений, их особенности.
49. Планирование деятельности функциональных подразделений, его особенности.
50. Система внутрипроизводственных экономических отношений и их планирование.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен

литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ по разработке бизнес-плана (девяти его разделов), рефератов, тестов, решение кейсов и задач, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в дискуссиях.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Решение кейса	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	
оценка						

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Захаренкова, И. А. Бизнес-планирование : учебное пособие / И. А. Захаренкова. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 72 с. — ISBN 978-5-9239-1163-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146013> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Бизнес-планирование: учебное пособие / составители Ю. В. Устинова, Н. Ю. Рубан. — Кемерово: КемГУ, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-8353-2614-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156122> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Галиев, Ж. К. Планирование коммерческой деятельности. Бизнес-планирование : учебник / Ж. К. Галиев, Н. В. Галиева. — Москва: МИСИС, 2020. — 150 с. — ISBN 978-5-907226-72-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147924> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Кисина, Е. И. Бизнес-планирование: учебное пособие / Е. И. Кисина. — Пенза : ПГУ, 2018. — 100 с. — ISBN 978-5-907102-13-2. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162290> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Николаева, А. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. В. Николаева. — Иркутск: ИрГУПС, 2019. — 112 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157931> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Писарева, А. В. Бизнес-планирование: методические указания / А. В. Писарева. — Москва: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2017. — 52 с. — ISBN 978-5-7038-4360-4. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103680> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Фомина, И. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / И. А. Фомина. — Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2016. — 150 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/145229> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Юхин, Г. П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах : учебное пособие / Г. П. Юхин. — 2-е изд., испр. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-8114-5177-7. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134339> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: учеб. для вузов/ Л. Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 239 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.Н5(1).

2. Бизнес-планирование : учебное пособие / Ю. Ю. Костюхин, О. О. Скрябин, И. М. Зайцев [и др.]. — Москва : МИСИС, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906846-63-1. — Текст:

электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/108028> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Бизнес-планирование на предприятии: учебное пособие / А. В. Башкирцев, Л. Ш. Салихова, В. В. Авилова, Е. Н. Парфирьева. — Казань: КНИТУ, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-7882-2359-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/138416> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Бизнес-планирование: учебник/ [Л. В. Бобков [и др.] ; под ред.: Т. Г. Попадюк, В. Я. Горфинкеля. - М.: Вуз. учеб.; Москва: ИНФРА-М, 2014. – 294 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

5. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учеб. пособие для бакалавров вузов/ Т. С. Бронникова. - М.: Альфа-М; М.: Уником сервис; М.: ИНФРА-М, 2012. - 222, [2] с.: ил., табл.. - (Технологический сервис). - Библиогр.: с. 217-218 (42 назв.). - ISBN 978-5-98281-276-6.

6. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учеб. пособие для бакалавров вузов/ Т. С. Бронникова. - М.: Альфа-М; М.: Уником сервис; М.: ИНФРА-М, 2012. - 222 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1), УБ(25).

7. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Долгосрочная финансовая политика. Инвестиции: учеб. пособие для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. - Москва: КноРус, 2016. - 321 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

8. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учеб. пособие для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 3-е изд., стер.. - Москва: КноРус, 2014. – 226 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

9. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие/ В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. - М.: ИНФРА-М, 2007, 2006. - 192 с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 190-191 (20 назв.). - ISBN 978-5-16-001648-1. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 39: УБ(37), НА(1), ч.з.N5(1).

10. Герасимов, Б. И. Организация планирования на предприятии: учеб. пособие для сред. проф. образования/ Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, В. Д. Жариков. - Москва: Форум, 2013. - 239 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

11. Голова, А. Г. Управление продажами: учеб. для вузов/ А. Г. Голова. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 1 on-line, 279 с. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1).

12. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учеб. для бакалавриата и магистратуры/ Т. П. Данько; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - 4-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2015. - 521 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

13. Дозорова, Т. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Т. А. Дозорова, В. М. Севастьянова. — Ульяновск: УлГАУ имени П. А. Столыпина, 2015. — 167 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133814> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

14. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учеб. для бакалавров/ И. А. Дубровин. - 2-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 430, [1] с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

15. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник / И. А. Дубровин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 432 с. — ISBN 978-5-394-01948-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93529> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

16. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 26:

ч.з.N5(1), УБ(25).

17. Капустин, С. Н. Кейсы по управлению и экономике рынка: учеб.-метод. пособие/ С. Н. Капустин, А. С. Сенин ; Рос. гос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации (РАНХиГС), Ин-т менеджмента и маркетинга; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Ин-т менеджмента и маркетинга. - Москва: Дело РАНХиГС, 2015. – 105 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

18. Кравченко, Т. С. Бизнес-планирование: учебное пособие / Т. С. Кравченко. — Орел: ОрелГАУ, 2016. — 202 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/106922> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

19. Лапуста, М. Г. Предпринимательство: учеб. для вузов/ М. Г. Лапуста. - Изд. испр.. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 383 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

20. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: учеб. пособие для вузов/ С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва: Инфра-М, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1).

21. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: учеб. пособие для вузов/ С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва: Инфра-М, 2015. - 172 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

22. Орлова, П. И. Бизнес-планирование: учеб. [для вузов]/ П. И. Орлова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 285 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

23. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии: учеб. для вузов/ Р. В. Савкина. - 2-е изд., перераб.. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 319 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

24. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата и магистратуры/ А. А. Сергеев. - 3-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2017. - 1 on-line, 464 с.. - (Бакалавр и Магистр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-01003-9. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1).

25. Сеницына, О. Н. Маркетинг: учеб. пособие/ О. Н. Сеницына. - 2-е изд., стер.. - Москва: КноРус, 2016. - 210 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

26. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование: [учеб. пособие] для бакалавров и специалистов/ Н. Д. Стрекалова. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013. – 351 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

27. Тихомирова, О. Г. Управление проектом/ О. Г. Тихомирова. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 299 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).

28. Чекмарев, А. В. Управление ит-проектами и процессами [Электронный ресурс]: учеб. пособие для акад. бакалавриата/ А. В. Чекмарев. - Москва: Юрайт, 2018. - 1 on-line, 228 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Вариант загл.: Монтаж. - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-07446-8; Б.ц. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1). Свободны / free: ЭБС Юрайт(1).

29. Чуваева, А. И. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. И. Чуваева, Ю. Д. Алашкевич. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 106 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147568> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

30. Шогин, В. В. Бизнес-планирование организации: учебное пособие / В. В. Шогин. — Казань: Поволжская ГАФКСиТ, 2017. — 315 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155002> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.4. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. закон № 51-ФЗ: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.].
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. законы № 146-ФЗ, № 117-ФЗ: принят Гос. Думой 16 июл. 1998 г.].
4. Федеральный закон «Об акционерных обществах» [Текст]: [Федер. закон № 208-ФЗ: принят Гос. Думой 24 нояб. 1995 г. (ред. от 29.06.2015, с изм. от 29.12.2015)].
5. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Текст]: [Федер. закон № 14-ФЗ: принят Гос. Думой 8 февр. 1998 г. (ред. от 29.12.2015)].

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. Электронно-библиотечная система «Лань» // <https://e.lanbook.com/>.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального

«руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

–уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.

–глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;

–демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;

–использование дополнительных источников информации для решения кейса;

–выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. referre — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление

2. Сбор информации

3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.
В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке бизнес-плана

Выполнение самостоятельной работы предполагает формирование разделов бизнес-плана, детализация которых содержится в данных методических указаниях далее. При этом студент должен опираться на рекомендуемую и иную литературу, использовать фактические и статистические данные, отражающие современное состояние вопроса. Бизнес-план должен быть аккуратно и грамотно оформлен. Он должна иметь определённую структуру и состоять из титульного листа бизнес-плана, девяти разделов бизнес-плана и списка использованной литературы. На титульном листе необходимо указать: название учреждения образования, вид работы, название дисциплины, необходимые сведения об авторах работы, а также фамилию, имя, отчество преподавателя-рецензента. Каждый раздел бизнес-плана является самостоятельной частью работы, следует выделять название соответствующего раздела, подводить краткие итоги в конце каждого раздела. Список использованной литературы должен состоять не менее чем из 20 наименований.

Прежде чем приступить к разработке каждого из разделов бизнес-плана, следует тщательно изучить его содержание, используя данные методические указания и прилагаемую литературу. Изучение литературы полезно сопровождать составлением конспекта с указанием страниц, источника, из которого отобран теоретический, фактический или статистический материал.

Необходимо самостоятельно подбирать новейшие периодические издания, поскольку рекомендованная литература со временем устаревает.

При написании работы нужно стремиться к достаточно самостоятельному изложению, к обоснованным оценкам в расчетных разделах бизнес-плана. Студенты должны учесть, что механическое переписывание из учебника и бизнес-планы из Интернета не засчитываются, и работа возвращается для доработки.

Раздел 1. Резюме

Эта часть представляет собой краткий и ясный итог бизнес-плана. Она содержит цели и стратегию бизнеса, подчеркивает уникальность продукта или услуги и убеждает кредиторов или инвесторов прочитать бизнес-план от начала до конца. Таким образом, резюме должно освещать в сжатой и убедительной форме ключевые точки бизнес-плана: финансовые потребности компании, потенциал рынка и возможности получения этой поддержки. Поэтому резюме должно ясно освещать причины, почему кто-либо должен инвестировать компанию.

Резюме включает от одной до четырех страниц текста и пишется после того как все другие разделы бизнес-плана составлены. Резюме включает краткое описание:

- бизнеса и его продукта или услуги;
- потенциала рынка;
- продукта и технологии, которые компания собирается освоить;
- краткое финансовое представление проекта;
- объемов, направления использования и сроков финансирования, периодичность и способы возврата средств;
- состава управленческой команды.

Если целью бизнес-плана является увеличение собственного капитала, резюме должно включать оценку инвестором возврата инвестиций.

Затем следует более детальное описание основных разделов бизнес-плана. Некоторые повторы в содержании отдельных разделов неизбежны, поскольку окончательный контекст зависит от структуры бизнес-плана и тематики разделов. В некоторых случаях в зависимости от выбранного стиля изложения бизнес-плана повторения в разделах необходимы для облегчения чтения и восприятия информации.

Ключевым моментом здесь является понимание наиболее существенных точек

бизнес-плана и возможности их изложения в сжатой форме. Слишком детальное и объемное резюме этих целей не достигнет. Не будет также эффективным слишком короткое резюме, в котором пропущены основные моменты.

Раздел 2. Описание предприятия и отрасли

В этом разделе плана следует детально описать компанию, включая ее историю, настоящий статус и будущий проект. Ключевые элементы этого раздела:

- История компании, форма собственности, будущие цели.
- Тип бизнеса (розничные продажи, производство, обслуживание, распределение).
- Описание бизнеса и отрасли, в которой компания работает (в описании выделяются продукты или услуги, целевые сегменты рынка, конкурентное окружение).
- Роль и тенденции развития компании внутри отрасли.
- Основные цели бизнеса.
- Причины вхождения в этот бизнес.
- Прошлые и ожидаемые изменения в форме организации бизнеса.
- Основатели, инвесторы и менеджеры.
- Организационная структура.
- Прошлые достижения и сильные стороны в настоящее время.
- Прошлые проблемы и слабые стороны в настоящем.
- Критические факторы успеха компании и потенциальные проблемы и риски.
- Работа по техническому развитию, которая должна быть завершена к определенной дате.
- Технологические процессы.
- Методы ведения учета.
- Какая система бухгалтерского учета будет использоваться?
- Какова организация учета?
- Как будут внедряться и использоваться система учета и данные учета при анализе бизнеса?
- Страхование.
- Какие виды страхования необходимы?
- Стоимость страховки.
- Система безопасности - ее функции по обеспечению сохранности товарно-материальных ценностей и информации.
- Является ли здание собственным или арендуется?
- Местоположение компании. Опишите место и причины его выбора. (Если местоположение является важным, с точки зрения плана маркетинга, остановитесь более подробно на этом в маркетинговом разделе бизнес-плана)

Важно оценить отрасль или отрасли, в которых функционирует бизнес. В частности, бизнес-план оценивается потенциальными инвесторами по ряду критериев, одним из которых является отрасль, в которой компания конкурирует. Желательно включить обзор отрасли, в том числе тенденции развития и историю становления бизнеса. В этом разделе освещается:

- размер, зрелость и характер конкуренции в отрасли;
- препятствия вхождения в отрасль, выхода и роста;
- инновации и технологические изменения;
- законодательное регулирование;
- экономические тенденции;
- общие объемы продаж отрасли в течение последних лет;
- ожидаемый рост отрасли;
- количество новых фирм, вошедших в отрасль в течение нескольких

последних лет;

- новые продукты, полученные в последнее время в отрасли;
- профиль деятельности каждого покупателя.

Источниками информации для анализа отрасли могут быть публикации в печати, периодические деловые издания, аналитические исследования подготовленные специализированными фирмами. В этом разделе важно показать свое собственное видение и понимание отрасли.

В заключении раздела приводится анализ ССВУ. Это анализ Сильных и Слабых сторон, Возможностей и Угроз бизнеса, основанный на исследовании действительного и потенциального рынков. Данный анализ служит средством выявления сравнительных преимуществ бизнеса.

Для облегчения задачи, мы предоставляем описание концепции анализа ССВУ и приводим некоторые примеры:

Критерий	Возможность	Угроза
Сильные стороны	позволят ли данные сильные стороны получить прибыль благодаря данной возможности?	позволят ли данные сильной стороны избежать этой угрозы?
слабые стороны	препятствуют ли данные слабые стороны использованию этой возможности?	препятствуют ли данные слабые стороны избежанию этой угрозы?
Сильные стороны	(примеры)	Слабые стороны
Система распределения Собственная продукция компании Собственная технология компании Собственные финансовые средства компании Организация управления компанией Имидж компании Взаимоотношения компании со сторонними организациями		
Возможности	(примеры)	Угрозы
Общество Интернационализация Тенденции развития рынка Конкуренция Распределение Потребители Технология Снабжение		

Вам следует назвать 3 - 5 ключевых фактора успеха вашей компании.

Раздел 3. Продукт или услуга

В этот раздел следует включить полное описание продукта или услуги с анализом их конкурентных преимуществ и недостатков.

- Описание продукта или услуги включает их отличительные черты и особенности и причины отличия.
- Наименование предприятия-изготовителя
- Ассортимент продукции и услуг.

- Себестоимость продаж и прибыль.
- Покупатели и конечные потребители продукта или услуги.
- Патенты и права собственности.
- Стратегические возможности и планы расширения или модернизации продукта или услуги. (Если разработка продукта является важной частью стратегии бизнеса, в этом случае необходим особый подраздел плана).
- Планируемые изменения в ассортименте продаж, себестоимости продаж и прибыли, а также причины изменений. В некоторых случаях необходим подраздел по модернизации продукта. Без использования специальной технической терминологии представляется уровень развития продукта, с тем, чтобы лицо не знакомое с данной технологией или отраслью могло сделать вывод о том, имеет ли оно дело с концепцией, опытным образцом или готовым рыночным продуктом. Отправные точки этого подраздела следующие:
 - внедрение изобретений или технических требований для успешной реализации проекта;
 - описание основных конкурентов, создающих аналогичные продукты;
 - права собственности в используемых технологиях;
 - причины, повлиявшие на выбор продукта, технологии или услуг более совершенных, чем существующие.

Практически невозможно предоставить детальное описание по каждому отдельному продукту или услуге. Важно адекватно отразить доминирующую часть программы, объясняющую по крайней мере 80% выручки от реализации. Менее значительным продуктовым группам может быть уделено меньше внимания.

Одним из ключевых положений этого раздела является жизненный цикл каждой продуктовой группы и ее вклад в формирование прибыли. На этих данных основываются решения о прекращении производства продукции, инвестициях в разработку новой продукции, проведении мероприятий по снижению издержек производства, путем его модернизации или совершенствования технологических процессов.

Раздел 4. Исследование и анализ рынка сбыта

Этот раздел бизнес-плана следует рассмотреть особо тщательно и внимательно. Маркетинговый анализ должен быть, по возможности, сконцентрирован на правдоподобных, взаимосвязанных и сопоставимых сведениях.

Этот раздел должен продемонстрировать возможности фирмы на целевых рынках. При его формировании следует раскрыть следующие вопросы.

- Определение целевого рынка.
- Сегменты целевого рынка.
- Размер и рост целевого рынка.
- Тенденции развития целевого рынка.
- Конкуренты: название, размер, доля рынка, конкурентные преимущества и недостатки, тенденции бизнеса. Необходимо оценить прямую и непрямую конкуренцию. Это должно показывать насколько компания конкурентоспособна. Конкурентов следует оценить по местоположению, доле рынка и истории бизнеса.
- Определение покупателей, их отношение к продукту (услуге) и причины покупки.
- Анализ продаж и прибыли по сегментам рынка и покупателям.
- Текущая и прогнозируемая доля рынка компании.

Одним из первоначальных и важнейших информационных элементов, необходимых при подготовке логичного бизнес-плана - это потенциал рынка, так же как и рыночные тенденции и сегменты могут быть извлечены из сведений о промышленных ресурсах и демографических обзоров. Информация о текущих продажах и состоянии рынка могут быть использованы для оценки доли рынка, покупательских предпочтений, политики ценообразования и обслуживания покупателей.

Исключительно важно, чтобы рассуждения и аргументы, представленные в этом разделе, были в полном согласии с деталями раздела, посвященного анализу отрасли.

Раздел 5. План маркетинга

В предыдущем разделе бизнес-плана описываются характеристики рынка, маркетинговая стратегия, приведенная в данном разделе, обрисовывает специфические маркетинговые действия, которые предприниматель планирует осуществить для достижения своих целей. Маркетинговая стратегия состоит из четырех основных компонентов:

— **продукция-микс**

— "продукция" означает "физическую продукцию плюс". Этот "плюс" поможет вам создать свой имидж и сделать его отличным от имиджа ваших конкурентов.

— **место/распределение-микс**

— каналы распределения имеют значительное влияние на стратегию выбора продукции, продвижение ее на рынок и ценообразование.

— **продвижение-микс**

— продвижение на рынок имеет решающее значение в рыночной экономике. Оно должно быть предметом постоянного внимания. Основными способами продвижения на рынок являются личные продажи, реклама, продвижение на рынок и связи с общественностью.

— **цена-микс**

— является один из самых сложных компонентов, так как должны учитываться многие факторы, такие, как цели бизнеса, внешние факторы (конкуренты, потребители и т.д.) и внутренние факторы (производственные расходы, узкие места и т.д.).

— Контрольный список вопросов для плана маркетинга:

— Политика в области послепродажного и гарантийного обслуживания.

— Ценовая и кредитная политика.

— Стратегия рекламы и продвижения.

— Затраты на маркетинг продукта или услуг.

— Ценообразование - ценообразование может быть определено в результате исследования рынка и определения издержек на продукт или услугу. Структура ценообразования может быть обращена к соответствующим действиям на демонстрации ценности, полученной покупателем, относительно цены оплаты за эту ценность.

— Дизайн продукта - следует ответить на ключевые вопросы относящиеся к конструкции продукта и упаковке, включая графическое изображение и право собственности на информацию.

— Время проникновения на рынок - должен быть представлен период проникновения на рынок.

— Методы распределения - способы, которые смогут позволить продуктам и услугам достичь покупателя. Это следовало бы сопроводить статистическими отчетами, оценками прессы и т.д.

— Стратегия планирования каналов сбыта и продаж (т.е. комиссионные, возможности распределения) для различных регионов, рынков.

— Покупатели - как много их и где они расположены.

— Обслуживание покупателей - какие рынки могут быть охвачены прямыми продажами, какие посредством дистрибьюторов, представителей или перекупщиков.

— Особенности подходов к извлечению выгоды в каждом канале и как они соотносятся с практикой работы в отрасли.

- План рекламы и продвижения - как реклама могла бы формировать целевой рынок. Ранг газет, продвигаемый материал и время, необходимое для рекламной компании.

Раздел 6. План производства

Здесь описываются существующие и предполагаемые процедуры и средства, необходимые фирме для выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Назначение раздела - аргументировать выбор производственного процесса и охарактеризовать технико-экономические показатели согласно проектно-сметной документации.

Если компания является производящей, то необходим производственный план. Этот план должен полностью описывать производственный процесс. Оперативные планы должны быть очерчены для разных стадий, например, при создании нового продукта, предварительной стадии производства, отработки маркетинга, первого серийного выпуска продукта. Более того, должны быть также включены описание производственных мощностей, персонала (по категориям), источников сырья и компонентов, а также стратегия последующего сервиса. Если какие-то части производственного процесса (или весь процесс) предполагается передать субподрядчикам, нужно включить описание всех субподрядчиков, с указанием их местоположения, соображений, обусловивших их выбор, затрат и всех заключенных контрактов. Этот раздел должен также содержать описание помещений, машин и оборудования, необходимого для производства, информацию о поставщиках сырья и компонентов - адреса и условия, производственные затраты и все будущие затраты на оборудование.

Если речь идет о бизнес-плане не для производителя, а для торгового или обслуживающего предприятия, этот раздел должен описывать процессы закупки товара, хранения и контроля запасов. Ниже перечислены некоторые ключевые элементы этого раздела бизнес-плана.

- Формируется программа производства и реализации продукции (приложение 5).
 - Принятая технология производства
- Требования к организации производства.
- Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка). Лизинг оборудования.
- Поставщики сырья и материалов (название, условия поставок) и ориентировочные цены.
- Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами.
- Численность работающих и затраты на оплату труда (приложение 6).
- Стоимость производственных основных фондов.
- Форма амортизации (простая, ускоренная). Норма амортизационных отчислений. Основание для применения нормы ускоренной амортизации.(приложение 8)
- Годовые затраты на выпуск продукции. Переменные и постоянные затраты. Себестоимость единицы продукции (приложение 7).
- Стоимость строительства, структура капитальных вложений, предусмотренная в проектно-сметной документации и сметно-финансовом расчете, в том числе строительно-монтажные работы, затраты на оборудование, прочие затраты (приложение 2). Общая стоимость инвестиционного проекта (приложение 3).
- Обеспечение экологической и технической безопасности.

Используя запроектированный состав продукции и ожидаемую выручку в производственном плане и рассматривая соответствующие затраты, создается база для планирования доходов и денежных потоков.

Раздел 7. Организационный план

В этом разделе описываются структура организации и ключевые работники-управленцы. Во-первых, должна быть описана форма собственности (товарищество, акционерное общество и т.д.). Если предприятие является корпорацией (в западном

смысле, прим. перев.), то важно включить сведения о выпущенных акциях, имена, адреса и послужные списки директоров и основных сотрудников компании. Полезно также составить схему организации с обозначенными уровнями ответственности членов организации.

Анализ сотрудников должен содержать поименный состав по функциям или по отделам за определенный промежуток времени. Команда должна обладать опытом и знаниями в наиболее важных областях менеджмента, таких как разработка и внедрение, маркетинг и продажа, производство и финансы. Данный раздел бизнес-плана должен, таким образом, представить членов команды менеджеров, освещая подробно стадии их роста. Детальные послужные списки должны быть вынесены в приложение. Должны быть также описаны лица, стоящие за их спиной. Для каждого из владельцев следует также дать информацию об их возможностях и ответственности. Должно быть также дано описание персонала, распределение функций, анализ квалификации, зарплата, круг обязанностей всех сотрудников. Такой анализ не только позволит менеджерам лучше планировать кадровую политику, но и продемонстрирует потенциальным инвесторам чувствительность бизнес-плана к важной проблеме найма ключевых сотрудников.

Этот раздел можно представить в приведенном ниже порядке.

- Нынешняя организационная структура и ожидаемые изменения.
- Форма собственности организации.
- Если это товарищество - кто партнеры, и на каких условиях.
- Если акционерное общество - кто главные акционеры и какова их доля.
- Типы и количество выпущенных акций с правом голоса и без него.
- Процесс принятия решений и его философия.
- Ключевые менеджеры и владельцы: образование, навыки, опыт, круг обязанностей и вознаграждение.
- Члены совета директоров: имена, адреса, послужные списки.
- Кто имеет полномочия подписывать счета и контролировать.
- Основные факты биографии всех членов команды менеджеров (образование, возраст, особые способности, сфера интересов и т.д.).
- Роли и круг обязанностей каждого члена команды менеджеров.
- Зарплаты, льготы и поощрения для каждого из менеджеров.

Критическим аспектом этого раздела является демонстрация соответствия организационной структуры с задачами бизнеса. Например, необходимо сопоставить организационные обязанности с соответствующими вопросами отчетности, так чтобы ресурсы направлялись в те области, которые в них более всего нуждаются. Предприятие должно признавать существование иных продуктов и рыночных ниш, организуя при этом стратегические подразделения с максимально возможной автономией и возможностью децентрализованно принимать решения.

Раздел 8. Финансовый план

Финансовый план, равно как и маркетинговый, производственный и организационный, является важной частью бизнес-плана. Он определяет потенциальные инвестиции, которые необходимы для бизнеса и показывает является ли бизнес-план экономически выполнимым. Эта информация определяет размер потребной инвестиции и обеспечивает основу для инвестора в отношении определения будущего значения инвестиции.

Для оценки выполнимости бизнес-планов существует три области финансовой информации: (1) ожидаемые значения объемов продаж и расходов в течение, по крайней мере, трех ближайших лет, (2) денежные потоки в течение ближайших трех лет, (3) текущие значения компонентов баланса и прогнозные балансы на время инвестиционного проекта. Финансовые отчеты и прогнозы представляют собой краткое описание (в денежных единицах) истории и будущих планов организации. Поскольку это так, оба вида

финансовых документов должны быть сопряжены с повествовательным описанием бизнеса, его планов и допущений, на которых эти планы базируются. Финансовые документы должны сопровождаться соответствующими документами и объяснениями.

Во-первых, в бизнес-плане должны быть приведены прогнозируемые объемы продаж и соответствующие расходы в течение, по крайней мере, трех-пяти лет, с помесечным прогнозом в течение первого года. Сюда должны быть включены прогнозируемые объемы продаж, стоимость проданных товаров, а также общие и административные расходы. Затем с помощью оценки налогов может быть спрогнозирована чистая прибыль после налогообложения. Определение ожидаемых значений объемов продаж и величин расходов для каждого из первых 12 месяцев и каждого последующего года базируется на маркетинговой информации, рассмотренной ранее.

Вторая важная область финансовой информации - это значения денежных потоков в течение времени проекта, с помесечным прогнозом в течение первого года. Оценки денежных потоков показывают способность бизнеса обеспечить расходы в подходящие времена года. Прогноз денежных потоков должен определить начальное значение денежных средств на балансе, ожидаемые счета дебиторов и другие приходы, а также все выплаты для каждого месяца в течение всего года. Поскольку счета должны оплачиваться в разные времена в течение года, важно определить помесечные потребности денег, особенно в течение первого года. Так как продажи могут быть нерегулярными и получение денег от клиентов может быть также рассредоточено во времени, становится необходимым краткосрочный заем для погашения постоянных расходов, такие как зарплата и коммунальные услуги.

Последний пункт финансовой части - прогнозируемые балансы. Они показывают финансовое состояние бизнеса в определенное время. Они определяют средства бизнеса, его обязательства, инвестиции владельцев и некоторых партнеров, а также остаточную прибыль (или накопленные потери).

Настоящий раздел должен включать следующие финансовые отчеты и прогнозные ведомости.

- Отчеты о прибыли за последние 3-5 лет .
- Балансы предприятия за последние 3-5 лет .
- Отчеты об изменениях финансового положения предприятия за последние 3-5 лет.
- Ведомости о прибыли (по месяцам или кварталам) на время инвестиционного проекта.
- Ведомости о потоке денежных средств (по месяцам или кварталам) на время инвестиционного проекта.
- Прогнозируемые балансы на последующие от трех до пяти лет.
- Анализ безубыточности.
- Прошлые и прогнозируемые финансовые коэффициенты в сравнении с имеющими место в данной отрасли промышленности.
- Документы, подтверждающие числа в прогнозируемых финансовых ведомостях.
- Допущения для всех прогнозируемых ведомостей.
- Принципы учета, используемые в финансовом плане.
- Объяснения по поводу необычных особенностей в документах.
- Мнения аудиторов.

Существенно наличие специального раздела, в котором приводится структура и поиск финансовых ресурсов для выполнения проекта. Конкретно должны быть включены следующие материалы:

- Общее количество необходимых фондов. (Приложение 2, 3,4)
- Финансовый запрос инвестору или финансовым институтам, которые получают бизнес-план: объем, срок, обеспечение.
- График возврата долга.
- Пути использования фондов.

- Текущая структура капитализации.
- Расчет основных показателей эффективности привлеченных финансовых ресурсов.

Раздел 9. Анализ риска

Каждая бизнес-активность сопряжена с определенными рисками, связанными с особенностями отрасли промышленности, конкурентами, а также общим политическим и экономическим положением страны. Бизнес-план должен рассмотреть трудности в ближайшие 2-5 лет. Важно, установить потенциальные риски и подготовить эффективную стратегию борьбы с ними.

В этом разделе должны быть рассмотрены критические риски и потенциальные проблемы, которые могут препятствовать реализации предложенных компанией стратегий. Главный риск для бизнеса может появиться как следствие

- реакции конкурента,
- слабостей персонала, занимающегося маркетингом, производством или менеджментом,
- современные достижения в технике, которые могут привести к жизнеспособности продукции.

Если даже не ожидается риск от этих факторов, они все равно должны быть обсуждены и должно быть показано, почему они не вызывают риска.

Для каждой из рассматриваемых составляющих риска должен быть представлен план ее минимизации. Точно также, должна быть рассмотрена стратегия преодоления каждого узкого места (проблемы) из числа выявленных. Несмотря на то, что цель этого раздела очевидна, необходимо еще раз отметить, что способность понимания рисков и разработки соответствующего плана действий является решающей для оценки качества менеджмента. Этот раздел является важным индикатором способности менеджмента эффективно реагировать на ситуации, которые вызывают опасность для достижения целей предприятия.

Приложения к бизнес-плану (Сопровождающие документы)

Приложение обычно содержит материалы, которые не обязательно должны быть приведены в основном тексте. Только те документы, которые представляют непосредственный интерес для потенциального инвестора должны быть приведены полностью. В части остальных, можно ограничиться краткими заметками. Ссылки на какие-либо документы, используемые в приложении, должны быть сделаны в самом бизнес-плане.

Письма от клиентов, дистрибьюторов или подрядчиков - вот примеры информации, которая должна быть включена в приложения. В приложение должны быть также включены вторичные данные, а также исследовательские данные, использованные для поддержки бизнес-плана. Могут быть также включены заключения об аренде, контракты и другие типы соглашений. Наконец, в приложения можно включить листы с ценами поставщиков и конкурентов.

В приложения рекомендуется поместить следующие документы:

- Данные по анализу рынка.
- Спецификации продукта, фотографии.
- Копии рекламных проспектов.
- Карта организации.
- Резюме владельцев и менеджеров.
- Регистрации налогов компании и ее владельцев.
- Договора аренды.
- Контракты.
- Письма-поддержки от главных клиентов, поставщиков и банков.
- Рекомендательные письма.

ИНФОРМАЦИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ПРИ ПОДГОТОВКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Данные предприятия

1. Годовые финансовые отчеты
2. Копии любых бизнес-планов или прогнозов.
3. Список дочерних компаний или других предприятий, в которых данное предприятие имеет свою долю, включая их финансовую отчетность.
4. Свидетельство о регистрации предприятия.
5. Свидетельство о присвоении статистических кодов.
6. Устав предприятия.
7. Дипломы и свидетельства о награждении предприятия (за 5 лет).

Другие финансовые данные

8. Список денежных счетов и значительных денежных инвестиций.
9. Описание дебиторской задолженности (в т. ч. просроченной).
10. Перечень номенклатур (описание количества и себестоимости) и информация о политике учета товаров на складах.
11. Регистр основных средств и долгосрочных инвестиций или график амортизации.
12. Перечень статей, составляющих прочие значительные активы баланса.
13. Описание кредиторской задолженности (в т. ч. просроченной), включая краткосрочную.
14. Анализ возврата кредитов.
15. Список долгосрочных кредитов.
16. Список статей, составляющих прочие значительные обязательства.
17. График продаж по видам продукции за каждый период времени, за который составлялся отчет о прибыли.
18. Список счетов, по крупным расходам, указанным в отчете о прибыли, в том случае, если эта информация не отражена в отчете о прибыли.
19. Копии бюджетов по продажам, капитала или текущего бюджета.
20. Расходы на зарплату служащих и руководителей.
21. Отчеты других специалистов:
 1. Оценка по конкретным активам.
 2. Отчеты других консультантов.
22. Отчет о численности рабочих кадров (за 2 года).
23. Отчет о текучести рабочих кадров (за 2 года).
24. Анализ использования рабочего времени.

Другие оперативные данные

25. Брошюры, прайс-листы, каталоги или другая информация по продукции.
26. Список держателей акций и партнеров, показывающий количество акций и их процент, принадлежащий каждому.
27. Организационная структура.
28. Список пяти крупнейших клиентов и поставщиков, а также полный объем продаж и покупок соответственно на каждого из них за последний год.
29. Детали сделок и стороны, участвующие в них.
30. План-график повышения квалификации персонала предприятия.
31. План работы профсоюзного комитета.

Юридические документы

32. Копии договоров об арендах и кредитах на крупную сумму, включая векселя выданные и полученные.
33. Копии договоров с акционерами и партнерами, включая любые соглашения по опционам.
34. Протоколы заседаний совета директоров.
35. Копии контрактов с ведущими менеджерами.
36. Копии контрактов по самым крупным продажам или покупкам.

37. Подробная информация о любых судебных процессах, включая еще незавершенные и вероятные.
38. Протоколы заседаний собраний акционеров, включая чрезвычайные.

Другая информация о предприятии

39. Детали сделок по акциям предприятия с начала его существования.
40. Списки следующего:
 1. Патенты.
 2. Авторские права.
 3. Товарные знаки.
 4. Аналогичные НМА.
41. Подробности любых нетипичных обязательств (таких как гарантии и пр.), или не отраженных в балансе (например, аккредитивы).
42. Резюме и информация об образовании и опыте ведущих специалистов.

Экономические данные

Национальные экономические данные:

43. Данные о тенденциях в экономике (ВНП — валовый национальный продукт, инфляция, уровень занятости и пр.) и финансовом рынке (процентная ставка, процент по облигациям, средние цены акций).

Региональные и местные экономические данные, а также демографическая информация:

44. Информация по районным и местным экономическим и демографическим условиям.

Промышленная информация:

45. Общие данные об отрасли промышленности (такие, как тенденции роста и развития).
46. Сравнительные финансовые данные.

Информация по рынку:

47. Оценки специфических активов, если применимы.
48. Данные о рыночной норме прибыли.
49. Данные по заключенным сделкам, с участием аналогичных предприятий (цены акций акционерных обществ открытого типа, сделки по поглощению и слиянию, первичное открытое размещение, брокерская информация и пр.).
50. Данные по вынужденным скидкам, обусловленным отсутствием рынка.
51. Информация по надбавкам за контрольный пакет акций, или скидкам на меньший пакет акций, при наличии таковых.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.

13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия;
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
 - Для информации – не менее 18.
 - Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
 - Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
 - Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
 - Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).
- Способы выделения информации
- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов
- Объем информации
- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
 - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
- Виды слайдов
- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.
- Презентация исследования учащегося должна включать:
- Название исследования.
 - Содержание.
 - Цель самостоятельной работы.
 - Ход и результат исследования.
 - Выводы.
 - Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Office

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Приложение 1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила
Канта»
ОНК «Институт управления и территориального развития»
Высшая школа бизнеса и предпринимательства

М. А. Шаляпина

БИЗНЕС – ПЛАНИРОВАНИЕ

Методические указания по выполнению курсовой работы
для студентов очной формы обучения

направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Калининград 2023

Содержание

Введение

1. Основные положения

2. Методические указания по выполнению курсовой работы

3. Структура курсовой работы

4. Требования к оформлению выполненной работы

5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература

Приложение А

Введение

Данные методические указания являются руководством по выполнению курсовых работ, предусмотренных учебным планом направления подготовки бакалавров 38.03.02 «Менеджмент» очной формы обучения по дисциплине: «Бизнес-планирование».

Курсовая работа предполагает самостоятельное научное исследование студента, в рамках изучаемой дисциплины.

Выполнение курсовой работы должно способствовать углубленному освоению лекционного курса и приобретению навыков в области разработки бизнес-плана проекта с обоснованием актуальности идеи и решения, конкурентоспособности и экономической эффективности проекта. Это позволит студентам получить практические навыки разработки и принятия управленческих решений по экономическому развитию предприятия.

Методические указания призваны оказать помощь студентам в выборе темы, логическом построении работы, оформлении, подборе соответствующей литературы.

В процессе выполнения курсовой работы студент закрепляет теоретические аспекты курса и приобретает практические навыки.

1. Основные положения

Курсовая работа является одним из важнейших видов учебного процесса. Целью написания курсовой работы являются закрепление, углубление и обобщение знаний, полученных студентами при изучении данной дисциплины. Задачами курсовой работы являются:

- закрепление и более глубокое усвоение теоретических знаний;
- освоение методов анализа, выбора и обоснования при проектировании заданных объектов;
- развитие самостоятельности при выборе методов достижения цели и творческой инициативы при решении конкретных задач;
- подготовка к выполнению ВКР.

Выполняя курсовую работу, студенты получают навыки самостоятельного творчества, учатся пользоваться специальной литературой, справочниками, законодательными актами, нормативными, методическими и статистическими материалами.

Курсовая работа выполняется в соответствии с действующими стандартами и правилами.

При ее оценке учитываются:

- содержание работы;
- правильность оформления;
- оригинальность выводов и предложений;
- качество использованного материала;
- уровень грамотности (общий и специальный).

Завершающим этапом курсовой работы является ее защита, в ходе которой студент (группа студентов) должен кратко изложить содержание работы сопровождая свой доклад презентацией, дать исчерпывающие ответы на замечания и вопросы преподавателя.

Оценка курсовой работы выставляется по итогам защиты и качеству выполненной работы.

2. Методические указания по выполнению курсовой работы

Процесс выполнения курсовой работы предполагает:

- выбор темы;
- подбор литературных источников;
- анализ информации;
- написание и оформление курсовой работы;
- защита курсовой работы.

При выполнении курсовой работы студент должен:

- обеспечить соответствие наименования курсовой работы, ее разделов и подразделов их содержанию;
- сохранить логическую связь между разделами, а также последовательность изложения материала;
- выполнить всю работу четко и ясно;
- использовать по тексту таблицы, рисунки, графики;
- 1. - составить в соответствии с требованиями список использованной литературы.

Выбор темы. Выбор темы является наиболее ответственным моментом выполнения курсовой работы. Тему работы студенты выбирают самостоятельно.

Курсовая работа должна быть выполнена по материалам конкретного предприятия или содержать ситуацию, рассматривающую реальную практическую проблему (кейс - стади). В соответствии с действующими нормативными актами высшей школы курсовая работа может быть выполнена индивидуально или в составе группы не более 3 человек.

Подбор литературы по выбранной теме. Выбрав тему, студенты приступают к подбору необходимой литературы. Кроме учебной и специальной литературы необходимо использовать специализированные журналы, а также газетные статьи и интернет – ресурсы. В процессе изучения источников литературы студенты конспектируют положения, относящиеся к теме курсовой работы. Дословное списывание текстов из источников недопустимо.

Анализ информации. Студент собирает и анализирует первичную и вторичную информацию, необходимую для выполнения курсовой работы.

Написание и оформление курсовой работы. Курсовая работа содержит:

- введение;
- основная часть;
- заключение;

- список использованных источников;
- приложения.

Введение предусматривает обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач курсовой работы, а также описание объекта, предмета и методов исследования. Введение не должно содержать, примеров, иллюстративного и табличного материала. Объем введения должен составлять 2–4 страницы машинописного текста.

Основная часть. По дисциплине «Бизнес-планирование» возможен вариант написания курсовой работы только на базе эмпирического материала. Объем основной части не менее 40 страниц.

В *заключении* логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы по всем главам работы и предложения, сделанные студентом в результате исследования. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости и обоснованности предложений. Выводы пишутся в виде тезисов (по пунктам) и должны отражать основное содержание по теории вопроса, анализу и практической ситуации. Объем заключения 2–4 страницы.

Список использованных источников помещается в конце работы после заключения. При выполнении курсовой работы предлагается использовать алфавитную группировку источников. Количество используемых источников должно быть не менее 20.

В курсовой работе перечисляется только та литература, которая действительно была использована при ее выполнении. На все источники информации, используемые в работе, даются ссылки в тексте после упоминания материала в виде квадратных скобок, в которых проставляется порядковый номер, под которым он числится в списке, и номер страницы, например: [1, с.123].

В *приложения* следует относить вспомогательный материал (инструкции, методики и т. п.), не вошедший в основную часть курсовой работы, а также таблицы, размер которых превышает страницу. Приложения помещаются в конце курсовой работы. Общий объем приложения не должен превышать 1/3 работы.

Защита курсовой работы. Порядок защиты курсовой работы приведен в главе 1.

3. Структура курсовой работы

Структурными элементами курсовой работы являются:

- *Титульный лист (Приложение А)*
- *Содержание*
- *Введение*
- *Основная часть* содержит сам документ «бизнес-план», включающий

следующие элементы:

1. *Резюме* - составляется после завершения работы над бизнес-планом и содержит краткие выводы по всем его разделам.

2. *Описание предприятия* – в разделе дается общее описание компании, включающее следующую информацию: полное наименование; организационно-правовая форма; форма собственности; структура собственности; местоположение и юридический адрес. Также в разделе «Описание предприятия» - формулировка миссии, в которой указываются цели, задачи и основные принципы компании.

3. *Описание продукта (товара или услуги)* - этот раздел содержит сущность уникального торгового предложения (УТП), общее описание продукта/услуги, его характеристики и меры защиты.

4. *Анализ макросреды предприятия* – в данном разделе рассматривается определение степени влияния на предприятие макроэкономических факторов, таких как: демографические, социально экономические, природные, технологические, политические и культурные.

5. *Анализ перспективности рынка* - в данном разделе изучаются спрос и предложение через такие показатели как: потребительский потенциал, емкость рынка, доля рынка, темпы роста рынка, уровень его монополизации. Эти показатели будут характеризовать возможные объемы сбыта товаров (услуг).

6. *Анализ потребителей* - в данном разделе собирается информация относительно своей целевой аудитории (составляется демографический профиль потребителя, выясняется информация относительно поставленных задач. Например: повод для совершения покупки, частота покупки, степень удовлетворенности продуктом, уровень лояльности марки, потребительские предпочтения и т.д.).

7. *Анализ конкурентов, поставщиков, посредников* – в разделе описываются конкуренты по заранее выбранным характеристикам, и полученная информация далее анализируется в рамках различных методик. По такому же принципу анализируются поставщики и посредники.

8. *Анализ деятельности предприятия* – данный раздел включает анализ корпоративной культуры предприятия; анализ структуры организации, ее органов управления, подразделений, взаимосвязей между ними; анализ оценки показателей финансово-экономической деятельности предприятия; анализ цен и затрат; анализ продаж и ассортимента; анализ существующих сегментов; оценку конкурентоспособности товара и предприятия; SWOT-анализ.

9. *Стратегическая позиция* - в данном разделе формируется портфель стратегий предприятия, которые будут реализовываться в далее разработанных планах: планы маркетинга, организационный, производственный, финансовый.

10. *План маркетинга* - В данном разделе целесообразно изложить: товарную политику; ценовую политику; сбытовую политику; коммуникативную политику; бюджет маркетинга.

11. *Производственный план* - В данном разделе внимание уделяется производству и иным рабочим процессам. Включается сюда и информация о различных используемых помещениях, оборудовании, персонале, задействованном в работе. Кроме того, производственный план содержит в себе и подробное рассмотрение способов увеличения или сокращения объемов производства товара или предоставления услуги.

12. *Организационный план* - в этом разделе указывают: сведения о владельцах и основных партнерах; организационно-функциональную структуру предприятия; принципы отбора персонала: квалификационные требования и обязанности руководителей и основного персонала организации; характеристику главных менеджеров и основного персонала, отвечающих за реализацию бизнес-плана (возраст, образование, опыт работы, квалификация); штатное расписание по каждой категории промышленно-производственного персонала и потребности во временной рабочей силе; стимулирование и мотивацию персонала; описание бизнес-процессов.

13. *Финансовый план, оценка эффективности проекта* – в разделе указывают: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, бюджет налоговых платежей, предполагаемый объем инвестирования с указанием источников финансирования проекта.

14. *Анализ рисков и их минимизация* - в данном разделе выявляются все возможные типы рисков, с которыми можно столкнуться при реализации бизнес-проекта и разрабатываются меры профилактики рисков.

- *Заключение*
- *Список используемых источников*
- *Приложения*

4. Требования к оформлению курсовой работы

Оформление текста:

Курсовая работа должна быть выполнена с применением компьютера на одной стороне листа белой бумаги с выравниванием текста по ширине листа. Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей:

- левое – не менее 30 мм; - верхнее – не менее 20 мм;
- правое – не менее 10 мм; - нижнее – не менее 20 мм.

В курсовой работе:

- не допускается выделение текста полужирным шрифтом и курсивом, за исключением заголовков;
- шрифт Times New Roman, кегль 12 пунктов, с прописной буквы;
- абзац – выравнивание по ширине с отступом 1,25 см (красная строка), междустрочный интервал полуторный, стандартный интервал перед абзацем и после (0 пунктов).

Заголовки структурных элементов работы начинают с нового листа и выполняют с прописной буквы без точки в конце с применением стиля «Заголовок 1», с предварительно измененными атрибутами:

- шрифт Times New Roman, кегль 12 пунктов, с прописной буквы; начертание полужирное;
- абзац – выравнивание по центру без отступа, междустрочный интервал полуторный, интервал перед абзацем и после 6 пунктов.

Нумерация страниц:

Страницы курсовой работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижнего поля страницы без точки в конце.

Оформление формул и уравнений:

- Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку.
- Переносить формулы и уравнения на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак " \times ".
- Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова "где" без двоеточия после него.

- Формулы и уравнения, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы в крайнем правом углу в круглых скобках. Одну формулу обозначают - (1).

- Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках, например, ... в формуле (1).

Пример оформления формул представлен в образце 1.

Образец 1

Для оценки может быть использована формула (1).

$$D_i = K_i / \sum K_i, \quad (1)$$

где

D_i - удельный вес i -й группы изделий в ассортименте.

K_i - количество ассортиментных позиций по i -й группе изделий в ассортименте предприятия.

- Если формула является результатом преобразования базовой формулы, то ее номер содержит два числа, первое из которых является номером базовой формулы.

- Если в тексте приведена всего одна формула, то она не нумеруется.

- Порядок использования в курсовой работе математических уравнений такой же, как и формул.

Оформление ссылок:

Ссылка – элемент аппарата издания, содержащий указания на источник, в котором разъясняются сведения, приводимые в основном тексте издания. Ссылки могут быть внутритекстовыми (помещаются в основном тексте), подстрочными (помещаются в сноске), затекстовыми (помещаются в выноске в конце текста).

В курсовой работе рекомендуется использовать внутритекстовые ссылки.

Внутритекстовая ссылка на первоисточник делается сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте с указанием номера источника из списка использованных источников и страницы (в квадратных скобках), например: [1, с. 659].

Оформление приложения:

- В приложениях помещают материал, дополняющий текст документа, который при включении в основную часть загромождал бы текст, например, графический материал, таблицы большого формата, расчеты и т.д.

- В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.

- Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы после структурного элемента курсовой работы «Список использованных источников».

- Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» с прописной буквы или заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Приложение должно иметь заголовок, который располагают по центру страницы с прописной буквы отдельной строкой без точки в конце шрифтом Times New Roman, начертание обычное, кегль 12 пунктов, выравнивание по центру без отступа, междустрочный интервал полуторный, интервал перед и после абзаца 6 пунктов.

- Если приложение составляет более одного листа, то оно переносится на следующие страницы с использованием слов «Продолжение приложения» и «Окончание приложения».

Оформление списка использованных источников:

- Список должен содержать перечень источников, использованных при выполнении работы.

- Группировать литературные источники в списке следует в алфавитном порядке, в котором фамилии авторов и заглавий (если автор не указан) размещены по алфавиту.

- В списке использованных источников сначала следует указывать нормативно - законодательные документы.

- Источники на иностранном языке размещают обычно по алфавиту после перечня всех источников на русском языке.

- Список использованных источников нумеруют арабскими цифрами с точкой. Для оформления используется стиль «Обычный» с атрибутами: шрифт Times New Roman, начертание обычное, кегль 12 пунктов, с прописной буквы, выравнивание по левому краю с отступом 1,25 см, междустрочный интервал полуторный, стандартный интервал перед абзацем и после (0 пунктов).

- Библиографическое описание иностранных изданий приводится на языке подлинника.

- Количество использованных источников не должно быть менее 5.

- Количество используемых источников должно составлять не менее 80% от общего количества, которые должны быть не старше 5 лет от года выпуска на момент написания курсовой работы, при этом количество электронных ресурсов должно быть не менее 40% от количества используемых источников.

Обязательные элементы библиографического описания книги:

– фамилия и инициалы автора. Фамилию (имя) одного автора приводят в именительном падеже. При наличии двух и трех авторов, как правило, указывают имя первого. Если авторов четыре и более, фамилии не указывают;

– полное название книги;

– место издания;

– издательство;

- год издания;
- количество страниц.

Все данные о книге разделяются в библиографическом описании условными разделительными знаками (точка, тире, двоеточие).

Примеры библиографических описаний представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Библиографические описания

Характеристика источника	Пример оформления
Описание книги одного автора	Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для вузов. - М.: Норма, 2020. – 448 с.
<i>Описание книги двух и трех авторов</i>	Чечеткина Н.М. Товарная экспертиза: учебник для студ. вузов / Н.М. Чечеткина, Т.И. Путилина, В.В. Горбунова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2021. – 509 с.
Переводные издания	Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер / Ф. Котлер; пер. с англ. О. Литвиновой. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 224 с.
Внутренние документы организаций	Об учетной политике: приказ от 1 января 2019г. № 12 / ООО «Дюна». – Калининград, 2019. – 12 с.
	Ежеквартальный отчет по ценным бумагам за II квартал 2021г.: утв. Правлением ПАО ВТБ 14 августа 2021г. № 36 / ПАО ВТБ – Калининград, 2021. – 102 с.
... из журнала	Расков, Н. В. Макроэкономические деформации и ориентиры экономической политики / Н. В. Расков // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 2. –115-120 с.
... из газеты	Транспортный комплекс России: итоги 2019г. и задачи 2020г. // Логистика. – 2020. – № 1. – 10–13 с.
Нормативные правовые акты и иные официальные документы	Постановление Правительства РФ от 01.03.2008 N 134 (ред. от 30.04.2013) «Об утверждении Правил формирования и использования бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. -2008. -№ 10 (2 ч.). - ст. 932.
	Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций" от 25.02.1999 № 40-ФЗ (ред. от 28.07.2012). «Российская газета», № 41-42, 04.03.1999.
Электронный ресурс	<i>Дирина А. И.</i> Право военнослужащих Российской Федерации на свободу ассоциаций // Военное право: сетевой журн. 2015. URL: http://www.voенноеpravo.ru/node/2149 (дата обращения: 19.09.2023).
Электронные документы из справочно-правовых баз	Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая. Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации http://www.pravo.gov.ru - 28.12.2022).

5. Примерная тематика курсовых работ и рекомендуемая литература

Выбор темы курсовой работы осуществляется совместно обучающимся и руководителем. При этом обучающиеся могут выбрать одну тему из представленного ниже перечня:

1. Разработка бизнес-плана модернизации производства (структурного подразделения предприятия).
2. Разработка бизнес-плана повышения уровня использования производственной мощности.
3. Разработка бизнес-плана производства нового вида продукции (работ, услуг).
4. Разработка бизнес-плана развития предприятия.
5. Разработка бизнес-плана расширения ассортимента оказываемых услуг/работ.
6. Разработка бизнес-плана расширения торгового ассортимента.
7. Разработка бизнес-плана создания нового предприятия.
8. Разработка бизнес-плана увеличения объёма реализации продукции/услуг/работ.
9. Разработка бизнес-плана увеличения объёма товарооборота.
10. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для написания курсовой работы.

Основная литература:

1. Захаренкова, И. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / И. А. Захаренкова. — Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2020. — 72 с. — ISBN 978-5-9239-1163-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146013> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Бизнес-планирование: учебное пособие / составители Ю. В. Устинова, Н. Ю. Рубан. — Кемерово: КемГУ, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-8353-2614-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156122> (дата обращения: 25.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: стратегия и тактика эффективного бизнеса [Электронный ресурс] = Successful Business Plan: Secrets & Strategies / Р. Абрамс. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 486 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292> (дата обращения: 20.08.2022).

2. Гиротра, К. Оптимальная бизнес-модель: четыре инструмента управления рисками [Электронный ресурс] / К. Гиротра, С. Нетесин. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 216 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279755> (дата обращения: 20.08.2022).

3. Николаева, А. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. В. Николаева. — Иркутск: ИрГУПС, 2019. — 112 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157931> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Р. Ньютон; под ред. М. Савина; пер. А. Кириченко; пер. с англ. - 7-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 180 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655> (дата обращения: 20.08.2022).

5. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора [Электронный ресурс] / А. Остервальдер, И. Пинье; под ред. М. Савина; пер. М. Кульнева. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229875> (дата обращения: 20.08.2022).

6. Царев, В.В. Оценка стоимости бизнеса: теория и методология [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 569 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114491>

7. Юхин, Г. П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах : учебное пособие / Г. П. Юхин. — 2-е изд., испр. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-8114-5177-7. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134339> (дата обращения: 20.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила
Канта»
ОНК «Институт управления и территориального развития»
Высшая школа бизнеса и предпринимательства

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Бизнес-планирование»
на тему: _____

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»

студента(ки) 4 курса
Ивановой Ирины Андреевны
_____ «__» _____ 2023 г.
подпись

Научный руководитель:
к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и
территориального развития», _____
_____ «__» _____ 2023 г.
подпись
ФИО руководителя

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Анализ хозяйственной деятельности»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Анализ хозяйственной деятельности»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий	5
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	6
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	6
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	7
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.3.1 Задачи	9
6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине	13
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	15
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	15
7.1. Основная учебная литература.....	15
7.2. Дополнительная учебная литература	16
7.3. Нормативные документы	16
7.4. Для самостоятельной работы.....	16
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	16
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	17
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

Наименование дисциплины (модуля)

«Анализ хозяйственной деятельности»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Анализ хозяйственной деятельности» является формирование у студентов теоретических знаний методологии и методики исследования конкретных финансово-хозяйственных ситуаций, что позволит в практической деятельности выявлять резервы повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: общеметодологические приемы изучения явлений, специальные приемы экономического анализа на примере финансово-хозяйственной деятельности предприятий	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Уметь: обобщать результаты исследования в виде экономически обоснованных выводов и предложений по совершенствованию деятельности предприятия и повышению его результативности и финансовой устойчивости		
Владеть: методикой факторного анализа различных элементов финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, в том числе с применением программных средств		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Анализ хозяйственной деятельности» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.06.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5	Бухгалтерский учет Цифровая организация бизнеса Реклама и HR	Анализ хозяйственной деятельности	Интернет- маркетинг Интернет-предпринимательство Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на _____4____ курсе в _____7____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	52,25
Самостоятельная работа	163,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа	1	1						
Тема 2. Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий	27	1	10	2	10	4		
Тема 3. Анализ объема производства и реализации продукции	44	2	16	2	20	4		
Тема 4. Анализ использования производственных ресурсов предприятия	48	4	16	4	20	4		
Тема 5. Анализ затрат и финансовых результатов	46	4	14	4	20	4		
Тема 6. Анализ финансового состояния предприятия	49	4	16	4	21	4		
Итого	216	16	72	16	91	20	0,25	0,75
Контактная работа	52,25	16		16		20	0,25	
Самостоятельная работа	163,75		72		91			0,75
Промежуточная аттестация								зачет

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Предмет, содержание и задачи экономического анализа	Предмет и объекты экономического анализа. Виды экономического анализа. Связь анализа хозяйственной деятельности с другими науками. Анализ хозяйственной деятельности в системе бизнес-анализа. Задачи экономического анализа.
2.	Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий	Метод анализа хозяйственной деятельности предприятия, его характерные черты. Системный подход в анализе. Информационное обеспечение анализа. Методика комплексного анализа. Этапы аналитической работы. Характеристика основных приемов экономического анализа.
3.	Анализ объема производства и реализации продукции	Анализ объема выпуска продукции. Анализ структуры продукции. Анализ качества и конкурентоспособности производимой продукции. Анализ ритмичности выпуска продукции. Анализ отгрузки и реализации продукции. Оценка степени выполнения договорных обязательств.
4.	Анализ использования производственных ресурсов предприятия	Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами эффективности труда. Анализ эффективности использования основных фондов. Анализ эффективности использования оборотных средств.
5.	Анализ затрат и финансовых результатов	Анализ затрат по экономическим элементам и статьям затрат. Анализ затрат на рубль товарной продукции (работы, услуги). Анализ структуры и динамики себестоимости товарной продукции. Анализ себестоимости отдельных видов продукции. Анализ состава и динамики прибыли. Анализ показателей рентабельности деятельности предприятия. Анализ распределения и использования прибыли.
6.	Анализ финансового состояния предприятия	Понятие, значение и задачи анализа финансового состояния предприятия. Общая оценка структуры и динамики бухгалтерского баланса. Оценка финансовой устойчивости предприятия. Оценка деловой активности предприятия. Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
2	Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий	Решение задач по теме занятия
3	Анализ объема производства и реализации продукции	Решение задач по теме занятия
4	Анализ использования производственных ресурсов предприятия	Решение задач по теме занятия
5	Анализ затрат и финансовых результатов	Решение задач по теме занятия
6	Анализ финансового состояния предприятия	Решение задач по теме занятия

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
2.	Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий	Решение задач по теме занятия
3.	Анализ объема производства и реализации продукции	Решение задач по теме занятия
4.	Анализ использования производственных ресурсов предприятия	Решение задач по теме занятия
5.	Анализ затрат и финансовых результатов	Решение задач по теме занятия
6.	Анализ финансового состояния предприятия	Решение задач по теме занятия

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа	ОПК – 5			
Тема 2. Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий	ОПК – 5	решение задач		письменно
Тема 3. Анализ объема производства и реализации продукции	ОПК – 5	решение задач		письменно
Тема 4. Анализ использования производственных ресурсов предприятия	ОПК – 5	решение задач		письменно
Тема 5. Анализ затрат и финансовых результатов	ОПК – 5	решение задач		письменно
Тема 6. Анализ финансового состояния предприятия	ОПК – 5	решение задач		письменно
	ОПК – 5		Зачет	Письменно (тест)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1) Усвоение типовых методик анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия	Усвоение теоретических основ экономического анализа, владение понятийным аппаратом, знание общеметодологических и специальных приемов экономического анализа для изучения финансово-хозяйственной деятельности предприятий	1,2
2) Овладение навыками анализа различных элементов финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта с применением информационных технологий и программных средств	Усвоение методов факторного анализа результатов хозяйственной деятельности, умение обобщать результаты исследования, в том числе с применением информационных технологий и программных средств	3,4, 5,6

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
способность рассчитать экономические показатели, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность предприятия и обосновать выводы и предложения по результатам анализа	Знание соответствующей теории, основных экономического анализа	Знание соответствующих типовых методик анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия	Умение применять теорию и методологию на практике для анализа финансово-хозяйственной деятельности и выявления резервов улучшения её результатов	решение задач, тест, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Задачи

Тема 2. Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

2.1 По данным таблицы:

- 1) построить факторную модель зависимости средней зарплаты одного рабочего от среднего числа дней, отработанных одним рабочим и второго взаимосвязанного с ним фактора;
- 2) построить двух факторную модель зависимости среднегодовой выработки одного работника предприятия от удельного веса рабочих в общей численности работающих и второго взаимосвязанного фактора;
- 3) построить четырехфакторную мультипликативную модель зависимости выпущенной товарной продукции (ТП) на предприятии от указанных в условии факторов и рассчитать размер влияния каждого фактора на динамику ТП способами цепных подстановок, абсолютных отклонений и индексных.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
Объем продукции, т. руб.	37753	38100
Среднесписочная численность рабочих, чел.	4756	4810
Общее число отработанных за год человеко-дней, т. дней	1076,3	1121,7
Общее число отработанных за год человеко-часов, т. часов	8427,4	8660,0
Среднее число рабочих дней в году, дни	226,3	233,2
Средняя продолжительность рабочего дня, часы	7,83	7,72
Средняя часовая выработка рабочего, руб.	4,48	4,40

Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

2.2 По данным таблицы

1. Построить факторную модель зависимости фондоотдачи от удельного веса активной части основных промышленно-производственных фондов в общей их величине и второго взаимосвязанного с ним фактора.
2. Построить двухфакторную модель зависимости среднедневной выработки рабочего от продолжительности рабочей смены второго взаимосвязанного фактора.
3. Построить четырехфакторную мультипликативную модель зависимости выпущенной товарной продукции (ТП) на предприятии от указанных в условии факторов и рассчитать размер влияния каждого фактора на динамику ТП способами цепных подстановок, абсолютных отклонений и процентных разниц.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
Объем продукции, (тыс. руб.)	31185	31548
Среднесписочная численность рабочих, чел.	4350	4333
Общее число человеко-дней отработанных за год, тыс. дней	992,7	994,4
Общее число человеко-часов отработанных всеми рабочими за год, тыс. час.	7643,8	7388,4
Среднее число дней работы одного рабочего за год, дней	228,2	229,5
Средняя продолжительность рабочего дня	7,7	7,43
Средняя часовая выработка рабочего, руб.	4,08	4,27

Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Тема 3. Анализ объема производства и реализации продукции

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

3.1 Предприятие производит продукцию трех видов: А по цене 54 руб. за штуку, Б по 67 руб., В по 30 руб.. На текущий период было запланировано выпустить и реализовать по 1000 штук этих изделий. Фактически объем производства составил: продукции А – 1058 штук, Б - 952 штуки, В – 1390 штук.

Построить аналитическую таблицу. Определить выполнение плана по товарной продукции, провести факторный анализ товарной продукции. Сделать вывод. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

3.2 Предприятие запланировало выпустить в следующем периоде изделий 400 – первого сорта по 150 руб. за штуку и 350 – второго по 130 руб.. Фактически первого сорта было выпущено на 50 штук меньше, второго сорта на 87 штук больше. Кроме того, было выпущено 45 штук изделия третьего сорта по цене 95 руб..

Построить аналитическую таблицу. Определить двумя способами коэффициенты сортности (плановый и фактический), общую степень выполнения плана по сортности, средневзвешенные цены (по плану и фактическую), провести факторный анализ товарной продукции. Сделать вывод. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

3.3 На предприятии остаток готовой продукции на начало года составлял 349 тыс. руб., что меньше запланированного на 150 тыс. руб.. За год планировалось выпустить продукции на сумму 549 347 тыс. руб.. План по товарной продукции выполнен на 120%. Остаток готовой продукции на складе в конце года планировался в размере 75 тыс. руб., фактически в конце года на складе осталось продукции на сумму 130 тыс. руб.. Остаток товаров отгруженных, но неоплаченных покупателями на начало года планировался в размере 88 тыс. руб., фактически неоплаченных товаров оказалось на сумму 105 тыс. руб.. На конец года планировалась задолженность по оплате товаров в размере 55 тыс. руб., но неоплаченных товаров оказалось на сумму 75 тыс. руб.

Построить аналитическую таблицу. Определить сумму отгруженной и реализованной продукции, степень выполнения плана по этим показателям. Сделать вывод. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Тема 4. Анализ использования производственных ресурсов предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

4.1 В октябре предприятие отработало 25 дней. Среднесписочная численность за этот период составила 190 человек. За этот период было зарегистрировано 75 человеко-дней целодневных простоев. Среднее явочное число рабочих в этот месяц составило 182 человека. За этот же период было принято на работу 27 человек, а уволено 15, в т.ч. за нарушения трудовой дисциплины 4 и 3 по собственному желанию.

Определить численность фактически работавших, степень использования рабочей силы на предприятии и показатели оборота. Сделать выводы. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

4.2 Проанализировать структуру основных производственных фондов за период и определить показатели движения ОПФ. Сделать выводы. Результаты решения оформить в виде таблицы. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Исходные данные, тыс. руб.:

Группы ОПФ	Наличие на начало года	Поступило за год	Выбыло за год
1. Здания	7895	325	-
2. Сооружения	3643	-	-
3. Передаточные устройства	987	-	96
4. Машины и оборудование	6532	1659	1205
5. Транспортные средства	4681	864	644
6. Прочие ОПФ	653	307	256

6.3 Фактический выпуск продукции в отчетном году составил 4500 тыс. руб. Средний остаток оборотных средств – 1500 тыс. руб. Планируется сократить продолжительность одного оборота оборотных средств на 10 дней.

- Определить плановую потребность в оборотных средствах.
- Определить возможный дополнительный объем продукции, который можно получить за счет вовлечения высвободившихся средств в оборот.
- Определить плановую потребность в оборотных средствах, если планируется увеличить объем валовой продукции на 15%.

Тема 5. Анализ затрат и финансовых результатов

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

5.1 По данным таблицы проанализировать изменение текущих издержек предприятия в результате изменения объемов производства и структурных сдвигов (в целом и по факторам), а также затраты на 1 рубль товарной продукции. Сделать выводы. Результаты решения оформить в виде таблицы. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Исходные данные:

Продукция	Отпускная цена за штуку, руб.	Себестоимость единицы продукции, руб.	Объем товарной продукции, штук	
			план	факт
А	220	200	100	120
Б	310	270	100	80
В	180	150	150	110

5.2 По данным таблицы провести факторный анализ прибыли. Сделать выводы. Результаты решения оформить в виде таблицы. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Исходные данные:

Вид продукции	Цена за штуку, руб.	Себестоимость 1 штуки, руб.		Годовой объем реализации, шт	
		план	факт	план	факт
А	450	400	430	1500	1490
Б	500	470	465	1100	1250

5.3 Предприятие выпускает швейную продукцию: брюки и рубашки. В плановом периоде предусмотрено отработать 20 000 человеко-часов. При этом за один человеко-час можно сшить одну рубашку либо трое брюк. Определить прибыль на единицу продукции, уровень

рентабельности каждой продукции и выбрать наиболее выгодный товар для производства. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel.

Показатель, тыс. руб.	РУБАШКА	БРЮКИ
Цена реализации,	15	20
Затраты на единицу продукции	6	16

Тема 6. Анализ финансового состояния предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

6.1 Имеются данные финансовой отчетности предприятия за период (в млн. руб)

АКТИВ	тыс. руб.	ПАССИВ	тыс. руб.
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ	
Основные средства	7795	Уставный капитал	20000
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ I	7795	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	4510
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ III	24510
Запасы	10014	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	
НДС по приобретенным ценностям	47	Займы и кредиты	2168
Дебиторская задолженность	40833	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ IV	2168
Краткосрочные финансовые вложения		V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	
Денежные средства	12104	Займы и кредиты	5960
Прочие оборотные активы	5	Кредиторская задолженность	38160
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ II	63003	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ V	44120
БАЛАНС	70798	БАЛАНС	70798

Проанализировать ликвидность и финансовую устойчивость предприятия, рассчитав абсолютные и относительные показатели. Решение задачи рекомендуется проводить с применением таблиц Excel. Сделайте выводы.

6.2 По данным задачи 6.1 определить показатели оборачиваемости оборотных активов предприятия, если выручка (нетто) от реализации продукции за этот период составила 35785 тыс. руб.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «хорошо» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Опрос проводится в форме тестирования.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

Вопросы к зачету:

1. Предмет, содержание и задачи анализа хозяйственной деятельности
2. Информационное обеспечение экономического анализа
3. Экономические показатели
4. Метод и методика комплексного экономического анализа деятельности предприятий
5. Факторный анализ: сущность виды, последовательность
6. Анализ производства продукции: задачи, источники информации, система показателей
7. Анализ качества выпускаемой продукции
8. Анализ реализации продукции
9. Анализ использования трудовых ресурсов предприятия
10. Анализ производительности труда
11. Анализ фонда оплаты труда и заработной платы
12. Анализ состава и движения основных производственных фондов
13. Анализ использования основных производственных фондов
14. Анализ использования материальных ресурсов
15. Анализ себестоимости промышленной продукции: задачи, показатели
16. Анализ себестоимости промышленной продукции по экономическим элементам и статьям затрат
17. Анализ затрат на 1 рубль товарной продукции
18. Анализ затрат в системе «директ-костинг»
19. Анализ результатов деятельности: сущность, задачи, источники информации
20. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия.
21. Понятие анализа финансового состояния предприятия: значение, задачи, информационная база; внутренний и внешний финансовый анализ.
22. Основные показатели, используемые для оценки текущей платежеспособности предприятия, порядок их расчета, рекомендуемые нормативы
23. Сущность финансовых коэффициентов, характеризующих использование собственного капитала в части покрытия запасов и оборотных активов; порядок расчета и критерии оценки.
24. Классификация активов по степени ликвидности, использование указанной классификации в ходе проведения анализа платежеспособности предприятия.
25. Оценка финансовой устойчивости предприятия, исходя из структуры формирования запасов и затрат.

Тестовые задания к зачету (пример):

- 1) Субъектами экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия могут вступить:
 - а) технологическая служба;
 - б) служба безопасности;
 - в) отдел кадров.
- 2) К внеучетным источникам данных для проведения экономического анализа относятся:
 - а) данные бухгалтерского учета;
 - б) статистические данные;
 - в) материалы ревизий и аудита.
- 3) Объектом экономического анализа хозяйственной деятельности не может выступать:
 - а) инвестиционная деятельность;
 - б) система повышения квалификации кадров;
 - в) финансовое состояние предприятия.
- 4) В соответствии с моделью товарного баланса объем реализованной продукции составляет 100 единиц, произведено за период 200 единиц, запас готовой продукции на начало периода составил 50 единиц. На конец периода запас готовой продукции составил:
 - а) 150 единиц;
 - б) 250 единиц;
 - в) 100 единиц.
- 5) Отношение стоимости поступивших основных производственных фондов к стоимости основных производственных фондов на конец период – это:
 - а) коэффициент обновления фондов;
 - б) коэффициент выбытия фондов;
 - в) коэффициент износа фондов.
- 6) Материалоемкость продукции составила в отчетном году, 50 копеек на 1 рубль производственной продукции. Какова материалоемкость?
 - а) 0,2;
 - б) 2;
 - в) 5.
- 7) К материальным затратам не относятся:
 - а) топливо и энергия;
 - б) сырье и материалы;
 - в) фонд заработной платы.
- 8) Повышение уровня выплат социального характера:
 - а) способствует стабильности кадров на предприятии;
 - б) не влияет на движение кадров;
 - в) влечет за собой усиление текучести кадров.
- 9) Отношение прибыли от реализации к выручке от реализации – это:
 - а) рентабельность продаж;
 - б) фондорентабельность;
 - в) рентабельность акционерного капитала.
- 10) Факторный анализ показателей рентабельности проводят с помощью:
 - а) приема цепных подстановок;
 - б) балансового метода;
 - в) метода относительных разниц.
- 11) Задачей анализа финансового состояния предприятия (организации) не является:
 - а) анализ деловой активности;
 - б) факторный анализ рентабельности;
 - в) анализ финансовой устойчивости.
- 12) Неудовлетворительной структура баланса предприятия признается, если:
 - а) коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного периода больше 2 ($K_{тл} > 2$);
 - б) коэффициент обеспеченности собственными средствами на конец отчетного периода больше 0,1 ($K_{осс} > 0,1$).
 - в) $K_{тл} < 2$ или $K_{осс} < 0,1$.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой 4-балльную оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, письменных контрольных опросов, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий. Письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Промежуточный контроль проводится в форме тестирования и оценивается по столбальной системе на основе шкалы, представленной в п. 6.3.2.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Посещение занятий	Решение задач	Промежуточный контроль (тест)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,4	0,4	1
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает «зачет» или «незачет».

- «Зачет» ставится при рейтинге 3 балла и выше,
- «Незачет» – при рейтинге менее 3 баллов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Буракова, Ж. А. Анализ хозяйственной деятельности. Практикум : учебное пособие / Ж. А. Буракова, И. В. Карпович, Т. В. Семещенко. — Минск : РИПО, 2019. — 171 с. — ISBN 978-985-503-970-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154201>

2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Г. В. Савицкая. — Минск : РИПО, 2019. — 373 с. — ISBN 978-985-503-942-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/131915>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/ Г. В. Савицкая. - 3-е изд., испр. и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2004, 2005, 2006. - 423, [1] с.: табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с.416-418(58 назв.) . - ISBN 5-16-001955-3. - ISBN 5-16-002166-3:
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 24: УБ(23), ч.з.N5(1)

7.3. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. закон № 51-ФЗ: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.].

7.4. Для самостоятельной работы

1. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский учет и анализ. Основы теории для бакалавров экономики/ Ю. А. Бабаев, А. М. Петров; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - Москва: ИНФРА-М; Москва: Вуз. учеб., 2018. - 300, [2] с.
2. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учеб. для академического бакалавриата/ И. М. Дмитриева; И. В. Захаров, О. Н. Калачева ; под ред. И. М. Дмитриевой. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 358 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-03353-3: Б.ц.
3. Корнев, Г. Н. Системный анализ: учеб. для вузов/ Г. Н. Корнев, В. Б. Яковлев. - Москва: Риор; Москва: ИНФРА-М, 2016. - 306, [1] с.
4. Любушин, Н. П. Экономический анализ: учеб. пособие для студентов вузов/ Н. П. Любушин. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 423 с
5. Учет, анализ, аудит: учеб. пособие для вузов/ [Е. А. Еленевская [и др.] ; под общ. ред. Т. Ю. Серебряковой. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 343
6. Чувилова, В. В. Бухгалтерский учет и анализ: учеб. для вузов/ В. В. Чувилова, Т. Б. Иззука. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 247 с

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук, калькулятор или телефон с соответствующими возможностями). Решение задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов. При решении задач рекомендуется использовать не только материалы лекций и практических занятий, но и методологии, представленные в учебной литературе по теме занятия. Наиболее эффективно решение при использовании возможностей ПО Excel. По результатам расчетов необходимо сделать полные выводы.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»


Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 02 » 03 2021 г.



«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурькова
« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Банковские операции»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«БАНКОВСКИЕ ОПЕРАЦИИ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий.....	5
4.3. Тематика самостоятельных работ	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	7
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	10
6.3.1 Тестовые задания	10
6.3.2 Задачи	13
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	15
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине	19
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	21
7.1. Основная учебная литература	21
7.2. Дополнительная учебная литература.....	22
7.3. Для самостоятельной работы.....	22
7.4. Нормативные документы	22
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	29
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29

Наименование дисциплины (модуля)

«БАНКОВСКИЕ ОПЕРАЦИИ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Банковские операции» является формирование у студентов бакалавриата знаний в отношении вопросов, связанных с организацией банковской деятельности в России и за рубежом; особенностями проведения банковских операций по привлечению и размещению денежных средств в рублях и в иностранной валюте, выпуском ценных бумаг, инвестированием средств и т.д.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: подходы к определению денег и измерению основные принципы и правила совершения банковских операций; основные виды банковских операций и особенности их проведения; основные нормативные показатели банковской деятельности, устанавливаемые Банком России, и порядок их расчета	ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь: применять полученные теоретические знания в практической деятельности; использовать методы начисления простых, сложных и непрерывных процентов при рассмотрении предложений банков по кредитам и депозитам; оценивать показатели деятельности банков при выборе финансового учреждения для обслуживания		
Владеть: навыками расчета: процентов по остаткам на банковских счетах, резервов на прочие потери по ссудам и резервов на прочие потери, лимита открытой валютной позиции по операциям в иностранных валютах, позиции по привлечению и размещению банком денежных ресурсов анализа основных показателей деятельности коммерческого банка		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Банковские операции» представляет собой факультативную дисциплину (ФТД.02) учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	Менеджмент Микроэкономика Экономическая теория	Банковские операции	Макроэкономика Финансовый менеджмент Финансовый анализ Маркетинговые коммуникации Выполнение ВКР

Дисциплина изучается: на 2-м курсе в 4-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	8
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	28,25
Самостоятельная работа	7,75
Часов, всего	36
Зачетных единиц, всего	1

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций	4,5	1	0,5	2	0,5	0,5		
Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.	7	1	0,5	4	1	0,5		
Тема 3. Активные банковские операции	7	1	0,5	4	1	0,5		
Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры.	4,5	1	0,5	2	0,5	0,5		
Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры	6	2	0,5	2	0,5	1		
Тема 6. Операции банков с ценными бумагами	6	2	0,5	2	0,5	1		
Итого	36	8	3	16	4	4	0,25	0,75
Контактная работа	28,25	8		16		4	0,25	
Самостоятельная работа	7,75		3		4			0,75
Промежуточная аттестация								Зачет

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

Наименование темы	Содержание темы
Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций	Основные виды операций коммерческих банков, регулирование деятельности банков: расчет нормативов ликвидности, создание централизованных резервов, организация банковского надзора, роль Центрального банка в обеспечении эффективного функционирования банковской системы страны, финансовый мониторинг.
Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.	Открытие и ведение счетов юридических и физических лиц, вклады и депозиты: виды, сроки, порядок начисления процентов, привлечение межбанковских кредитов, ведение корреспондентских счетов ЛОРО, привлечение централизованных ресурсов: оформление, порядок использования, покупка банками ресурсов на аукционах, банковские векселя как средство привлечения ресурсов.
Тема 3. Активные банковские операции	Кредитование юридических и физических лиц, виды ссуд коммерческих банков и их характеристика, этапы кредитного процесса, основные разделы кредитного договора, методы кредитного анализа, лизинг, факторинг (форфейтинг), гарантийные операции
Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры	Открытие банковских счетов, виды банковских счетов, кассовые операции коммерческих банков, основные формы безналичных расчетов и их принципы, виды распоряжений для осуществления перевода денежных средств, акцепт платежа, виды ограничений на проведение операций по счетам, направление информации о платежах в ГИС ГМП и ГИС ЖКХ, корреспондентские счета НОСТРО
Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры	Валютный контроль, международные расчеты: формы и правила проведения (банковские переводы, аккредитивы, инкассо, расчеты чеками), обращение наличной инвалюты, операции с чеками, особенности выдачи международных кредитов.
Тема 6. Операции банков с ценными бумагами	Собственные операции банков с ценными бумагами, торговый портфель, инвестиционный портфель, участие банка в капитале юридических лиц, брокерская и дилерская деятельность банков, депозитарная деятельность, доверительное управление средствами клиентов, особенности биржевых операций банков

4.2. Тематика практических занятий

Наименование темы	Содержание практического занятия
Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций	<p>1.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативы ликвидности банковской деятельности; - назначение централизованных резервов и порядок их формирования; - правовое обеспечение исполнения банковских операций. <p>1.2. Решение задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение величины активов коммерческого банка, взвешенных с учетом риска. - Расчет показателей для составления рейтингов коммерческих банков по масштабности, доходности и ликвидности.
Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.	<p>2.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Виды счетов, особенности их открытия и функционирования. - Привлечение банками вкладов и депозитов юридических и физических лиц. - Предоставление банкам централизованных ресурсов. <p>2.2. Решение задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Начисление процентов по вкладам и депозитам.

Наименование темы	Содержание практического занятия
	<ul style="list-style-type: none"> - Расчет полной стоимости вклада физического лица - Расчет суммы страхового возмещения физическому лицу – вкладчику при отзыве у банка лицензии
Тема 3. Активные банковские операции	<p>3.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ссудные операции - Порядок проведения и особенности операций по выдаче гарантий, лизингу и факторингу. <p>3.2. Решение задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Расчет суммы резервов на возможные потери по судам. - Оценка кредитоспособности заемщика на основе анализа финансовых коэффициентов <p>3.3. Деловая игра по теме «Анализ финансового состояния потенциального заемщика – юридического лица».</p>
Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры	<p>4.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кассовые операции кредитных организаций. - Особенности функционирования национальной платежной системы. - Понятие последующего и заранее данного акцепта <p>4.2. Семинар по теме: «Оформление распоряжений на осуществление перевода денежных средств в бюджетную систему РФ».</p>
Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры	<p>5.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Валютный контроль при проведении клиентами экспортно-импортных операций. - Формы международных расчетов и их особенности. <p>5.2. Решение задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Расчет курсовых разниц при проведении валютных операций. - Расчет величины открытой валютной позиции банка и возможности ее регулирования <p>5.3. Доклады по теме: «Формы международных расчетов».</p>
Тема 6. Операции банков с ценными бумагами	<p>6.1. Разбор материала по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ценные бумаги, выпускаемые коммерческими банками: виды, порядок эмиссии и регистрации. - Деятельность банка на рынке ценных бумаг – дилерская, брокерская, депозитарная <p>6.2. Семинарское занятие по теме: «Государственные ценные бумаги».</p>

4.3. Тематика самостоятельных работ

Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций	Организация банковского надзора, роль Центрального банка в обеспечении эффективного функционирования банковской системы страны, финансовый мониторинг.
Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.	Привлечение централизованных ресурсов: оформление, порядок использования, покупка банками ресурсов на аукционах. Функционирование рынка межбанковских кредитов
Тема 3. Активные банковские операции	Методы кредитного анализа, лизинг, факторинг (форфейтинг), гарантийные операции
Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры	Направление информации о платежах в ГИС ГМП и ГИС ЖКХ, электронное взаимодействие с ФНС, ФТС, ФССП
Тема 5. Банковское обслуживание	Особенности выдачи международных кредитов, аккредитивы в международной торговле.

внешнеэкономической деятельности клиентуры	
Тема 6. Операции банков с ценными бумагами	Доверительное управление средствами клиентов, особенности биржевых операций банков

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы сети «Интернет»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимой компетенции. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенции показывает уровень освоения компетенции студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций	ОПК-1	Опрос	-	Устно
Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.	ОПК-1	Решение задач Реферат Тестирование		Письменно Устно
Тема 3. Активные банковские операции	ОПК-1	Решение задач Деловая игра		Устно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры	ОПК-1	Решение задач Опрос Контрольная работа		Письменно Устно
Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры	ОПК-1	Подготовка докладов/ презентаций	-	Устно
Тема 6. Операции банков с ценными бумагами	ОПК-1	Решение задач Контрольная работа		Письменно
	ОПК-1		зачет	Устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-1	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Получение теоретических знаний в отношении законодательных основ организации банковской деятельности; основных видов банковских операций и сделок, которые могут проводить банки; осуществления надзора за деятельностью кредитных организаций со стороны Банка России и других уполномоченных органов; нормативных показателей и ограничений, устанавливаемых для кредитных организаций Банком России.	Темы 1,2,3,5,6
2	Получение навыков применения полученных теоретических знаний в части использования методов финансово-математических расчетов при начислении простых, сложных и непрерывных процентов; оценки кредитоспособности заемщиков – юридических и физических лиц; оценки деятельности российских банков; расчета основных нормативных показателей деятельности российских банков, установленных Банком России; расчета обязательств банка перед вкладчиками – физическими лицами, индивидуальными предпринимателями, а также микропредприятиями в соответствии с законодательством о страховании вкладов в банках.	Темы 2-6

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждому этапу формирования компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех этапов компетенции, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждого этапа компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. Основным критерий при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины - наличие сформированной у него компетенции по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенции в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, так как ее формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-1 - Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основ теории организации банковской деятельности и проведения основных видов банковских операций и сделок, которые банки могут осуществлять – расчетного и кассового обслуживания клиентов, кредитования, привлечения вкладов и депозитов, проведения операций на рынке ценных бумаг и пр.	Знание базовых теоретических основ	Знание методологии денежного обращения и кредита	Умение применять теорию и методологию на практике	Реферат, выступление с докладом, контрольная работа, зачет
Умение использовать теоретические знания, полученные при изучении дисциплины «Банковские операции», при решении задач, относящихся к другим дисциплинам	Знание базовых теоретических основ	Знание методологии денежного обращения и кредита	Умение применять теорию и методологию на практике	Решение задач, зачет

Шкала оценивания компетенции

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение

тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 3. Активные банковские операции

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. К активным банковским операциям относят
 - а) Ссудные операции, факторинг, инвестиции в ценные бумаги
 - б) Факторинг, инвестиции в ценные бумаги, выпуск банковских векселей
 - в) Инвестиции в ценные бумаги, выпуск банковских векселей, централизованные кредиты
 - г) Ссудные операции, привлечение средств во вклады, факторинг

2. К активам коммерческого банка относятся:
 - а) Денежные средства и счета в Банке России.
 - б) Доходы будущих периодов.
 - в) Выпущенные долговые обязательства.
 - г) Резервы на возможные потери по расчётам с дебиторами

3. К активам коммерческого банка **не** относятся:
 - а) Требования по получению процентов.
 - б) Средства, привлечённые на расчётные и текущие счета юридических лиц.
 - в) Государственные долговые обязательства.
 - г) Основные средства и нематериальные активы

Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Коммерческий банк осуществляет переводы денежных средств на основании представляемых клиентами
 - а) Заявок
 - б) Уведомлений
 - в) Распоряжений
 - г) Ведомостей

2. Каких очередей неоплаченных документов не бывает в банках
 - а) Очереди распоряжений, ожидающих акцепта
 - б) Очереди просроченных документов
 - в) Очереди документов, ожидающих разрешения на оплату

- г) Очереди неоплаченных документов в связи с недостаточностью средств на счете клиента
3. Какое влияние на деятельность банков оказывают кассовые активы:
- Обеспечивают ликвидность банка
 - Приносят банку доход.
 - Предназначены для обеспечения хозяйственной деятельности банка.
 - Предназначены для получения доходов в будущем

Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

- Факторы, влияющие на выбор форм международных расчетов
 - Вид товара, являющегося объектом внешнеторговой сделки
 - Наличие кредитного соглашения
 - Платежеспособность и репутация контрагентов по внешнеторговым сделкам
 - Валюта платежа
- Поступления средств в иностранной валюте от экспортных операций организаций зачисляются на
 - Текущий валютный счет
 - Транзитный валютный счет
 - Специальный валютный счет
 - Специальный расчетный счет
- Дата валютирования представляет собой
 - Рабочий день банка
 - Дату списания валютных средств с корреспондентского счета банка в иностранном банке
 - Время, в течение которого совершаются банковские операции и другие сделки
 - Период документооборота и обработки учетной информации

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- **менее 50 % правильных ответов** – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- **50 – 69 % правильных ответов** – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

- **70 – 89 % правильных ответов** – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- **90 – 100 % правильных ответов** – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задание 1. Банк привлекает срочные вклады по ставке 8% годовых. Какова будет сумма долга банка перед вкладчиком при отзыве у банка лицензии на проведение банковских операций, если на момент отзыва у банка лицензии средства вкладчика находились во вкладе с течением 37 дней?

Задание 2. Может ли банк с капиталом 5 млрд. руб. предоставить кредиты:

- Юридическому лицу в сумме 3 млрд. руб. (норматив резервирования – 20%)
- Юридическому лицу-акционеру банка в сумме 1 млрд. руб., если сумма предоставленных другим акционерам кредитов с учетом созданного резерва на возможные потери по ссудам составляет 2 млрд. руб., а норматив резервирования по данному кредиту – 10%
- Инсайдеру в сумме 10 млн. руб., если сумма предоставленных другим инсайдерам кредитов с учетом созданного резерва на возможные потери по ссудам составляет 100 млн. руб., а норматив резервирования по данному кредиту – 10%?

Задание 3. Известны следующие данные о банке (млн. руб.):

- Уставный капитал – 150
- Принятые вклады и депозиты -457
- Привлеченные межбанковские кредиты- 150
- Выданные клиентам кредиты – 753
- Прочие активы -126
- Прибыль за прошлый год – 50
- Резервы и фонды - 75

Оценить уровень достаточности собственных средств банка

Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задание 1. Рассчитать сумму процентов по вкладу физического лица, размещенного в банке на 91 день в сумме 200,0 тыс. руб. под 8% годовых

Задание 2. Какой вклад выгоднее вкладчику:

- Под 6 % годовых, сроком на 1 год на условиях капитализации процентов;
- Под 6,5% годовых сроком на 1 год на условиях выплаты процентов в конце срока?

Задание 3. Даны следующие условия:

- Средства на расчетных счетах клиентов – 77060 ед
- Средства на счетах банков-корреспондентов, включая Банк России – 21200 ед
- Кредиты, полученные у других банков – 4500 ед
- Сумма вкладов – 17500 ед
- Норматив обязательного резервирования – 10 %

Тема 3. Активные банковские операции

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задание 1. Какой кредитный риск будет считаться крупным для банка с капиталом 3,0 млрд. руб.?

Задание 2. Определить плату за факторинг, если средний срок оборачиваемости средств в расчетах -33 дня, ставка по кредиту -15% годовых, сумма принятая к оплате – 3 млн. руб.

Задание 3. Определить категорию качества ссуд и величину расчетного резерва, если:

- Ссуда №1 – финансовое положение заемщика среднее, обслуживание долга – хорошее;
- Ссуда №2 – финансовое положение заемщика хорошее, обслуживание долга – хорошее; но кредит выдается с целью погашения ранее полученного кредита
- Ссуда №3– финансовое положение заемщика среднее, обслуживание долга – плохое; но заемщик предоставил хорошее обеспечение по кредиту в сумме в 1,5 раз превышающей сумму кредита

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов.

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо:

а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования;

б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.)

в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого

восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Темы рефератов

Темы реферата	Номер темы дисциплины
1. Особенности законодательства, регулирующего организацию банковской деятельности в РФ	1
2. Страхование вкладов в России	1, 2
3. Организация в российских банках противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма	1
4. Выполнение организациями финансового рынка требований FATCA и CRS	1
5. Привлечение вкладов физических лиц	2
6. Привлечение банками субординированных кредитов	2
7. Выпуск банками депозитных и сберегательных сертификатов	2
8. Кредитная политика коммерческого банка	3
9. Создание банками резервов на возможные потери по ссудам	3
10. Особенности оценки банками кредитоспособности заемщиков – физических лиц	3
11. Оценка банками кредитоспособности заемщиков – юридических лиц	3
12. Гарантийные операции банков	3
13. Особенности функционирования расчетной сети Банка России	4
14. Принципы функционирования национальной платежной системы	1, 4

15. Основные формы безналичных расчетов, используемые в России	1, 4
16. Особенности и схема проведения расчетов по инкассо	4
17. Особенности и схема расчетов по аккредитиву	4
18. Организация и схема расчетов с использованием платежных поручений	4
19. Заранее данный акцепт – особенности оформления и использования	4
20. Торговый эквайринг и перспективы его развития	1,4
21. Операции с банковскими картами	4
22. Введение ограничений на проведение операций по счетам клиентов в банке	1,4
23. Международные расчеты – понятие и формы	5
24. Открытая валютная позиция – особенности ее регулирования банками	5
25. Операции покупки-продажи банками наличной иностранной валюты	5
26. Операции покупки-продажи безналичной иностранной валюты	5
27. Особенности операций банков по покупке иностранной валюты на валютных биржах	5
28. Особенности банковского валютного контроля	5
29. Открытие и ведение банковских счетов в иностранной валюте	5
30. Предэкспортное финансирование – понятие и основные особенности	3, 5
31. Международный факторинг и его особенности	3,5
32. Минимальные требования к внешнеторговым контрактам	5
33. Брокерское обслуживание клиентов банками	6
34. Депозитарная деятельность банков	6
35. Операции доверительного управления средствами клиентов	6
36. Операции банков с производными финансовыми инструментами	6
37. Контроль при проведении операций на рынке ценных бумаг	6
38. Эмиссионно-учредительская деятельность банков	6
39. Операции банков с векселями – собственными и эмитированными другими юридическими лицами	6
40. Особенности сделок репо	6

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	актуальность проблемы и темы; новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	соответствие плана теме реферата; соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованность способов и методов работы с материалом; умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	круг, полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата; культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; литературный стиль.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является *зачет*, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Проверяемая компетенция:

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Вопросы к зачету:

1. Сущность банка и организационные основы его построения;

2. Законодательные основы деятельности банков в России
3. Структура и качество активов и пассивов банка
4. Ликвидность и платежеспособность банка
5. Понятие и структура собственного капитала банка
6. Обязательные экономические нормативы банковской деятельности
7. Вклады и депозиты юридических и физических лиц
8. Системы оценки кредитоспособности клиентов банка
9. Этапы кредитного процесса
10. Основные виды банковских ссуд
11. Кредитная линия под лимит задолженности
12. Кредитная линия под лимит выдачи
13. Понятие и сфера применения овердрафта
14. Потребительское кредитование
15. Создание резервов на возможные потери по ссудам
16. Факторинговые операции
17. Лизинговые операции
18. Операции коммерческих банков на рынке ценных бумаг
19. Операции банков в иностранной валюте
20. Понятие и сфера применения валютных свопов
21. Расчетное обслуживание банками клиентов
22. Кассовое обслуживание банковской клиентуры
23. Особенности тарифной и процентной политики банков.
24. План счетов бухгалтерского учета в банках: основные разделы, понятие балансовых и внебалансовых счетов, содержание отражаемых на счетах операций.
25. Разработка учетной политики банка: цели, задачи, структура, принципы формирования
26. Значение и виды банковской отчетности.
27. Публикуемая финансовая отчетность кредитных организаций.
28. Направление банками информации налоговым органам
29. Взаимодействие банков с Федеральной службой судебных приставов
30. Особенности обслуживания банками клиентов, в отношении которых введены процедуры банкротства

Критерии и шкала оценивания компетенции

«ЗАЧТЕНО» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«НЕ ЗАЧТЕНО» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь

неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,2	0,2	0,4	1
оценка	20	20	20	40	100

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Банки и банковские операции [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата / под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 190 с.. - (Бакалавр. Академический курс. Модуль). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-00095-5: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Тавасиев, А. М. Банковское дело : учебник для бакалавров / А. М. Тавасиев. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 647 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2489-3.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

Банки и банковское дело : учебник для бакалавров / В. А. Боровкова [и др.] ; под редакцией В. А. Боровковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 623 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2636-1.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / [В. О. Ануфриев [и др.] ; под ред.: М. В. Романовского, О. В. Врублевской, Н. Г. Ивановой, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 524 с.
2. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / Финанс. ун-т при Правительстве РФ, 2019. - 1 on-line, 456 с.
1. Учет и аудит в коммерческом банке [Электронный ресурс] : электрон. учеб. для вузов / С. Е. Метелев [и др.], 2012. - 685 с. эл. опт. диск (CD-ROM)
2. Деньги, кредит, банки [Текст] : учеб. для вузов / Финансовая акад. при правительстве РФ, 2009. - 558, [1] с.
1. **Банковские операции:** учеб. пособие для сред. проф. образования/ [Ю. И. Коробов [и др.] ; под ред. Ю. И. Коробова. - Москва: Магистр, 2009. - 446 с. - (Колледж). - Библиогр.: с. 445-446 (23 назв.). - ISBN 978-5-9776-0007-1
2. **Мирошниченко, О. С.** Собственный капитал банка. Проблемы регулирования/ О. С. Мирошниченко. - Москва: Весь Мир, 2012. - 243 с.: ил, табл.. - Загл. на корешке: Собственный капитал банка: проблемы регулирования. - Вар. загл.: Проблемы регулирования. - Библиогр.: с. 239-243 (94 назв.). - ISBN 978-5-7777-0531-0
3. **Мотовилов, О. В.** Банковское дело: учебник/ О. В. Мотовилов, С. А. Белозеров. - Москва: Проспект, 2014. - 408 с.: табл.. - Библиогр.: с. 402-408. - ISBN 978-5-392-12380-3
4. Парфенов, К. Г. Банковский план счетов/ К. Г. Парфенов. - Москва: Центр исслед. платеж. систем и расчетов; Москва: КноРус, 2012. - 428 с.: табл.. - (Библиотека Центра исследований платежных систем и расчетов). - ISBN 978-5-406-01726-5
5. Рудакова, О. С. Банковские электронные услуги: учеб. пособие для вузов/ О. С. Рудакова. - М.: Вуз. учеб.: ИНФРА-М, 2010. - 398, [1] с.: ил., табл.. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 369-373 (78 назв.). - ISBN 978-5-9558-0100-1 . - ISBN 978-5-16-003881-0

7.4. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс РФ
2. Налоговый кодекс РФ
3. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности"

4. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)"
5. Федеральный закон от 23.12.2003 N 177-ФЗ "О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации"
6. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ "О национальной платежной системе"
7. Федеральный закон от 07.08.2001 N115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма"
8. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»
9. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»
10. Инструкция Банка России от 30.05.2014 N153-И "Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам), депозитных счетов"
11. "Положение о правилах осуществления перевода денежных средств" (утв. Банком России 19.06.2012 N383-П)
12. "Положение о порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности"(утв. Банком России 28.06.2017 N590-П) (вместе с "Порядком оценки кредитного риска по портфелю (портфелям) однородных ссуд")
13. Инструкция Банка России от 16.08.2017 N181-И(ред. от 29.11.2017) "О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления"

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой

следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор, или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения «я».
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;
- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;
- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1

посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...».

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете,;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку черного варианта доклад

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Учебная дисциплина « Банковские операции »	
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов бакалавриата знаний в отношении вопросов, связанных с организацией банковской деятельности в России и за рубежом; особенностями проведения банковских операций по привлечению и размещению денежных средств в рублях и в иностранной валюте, выпуском ценных бумаг, инвестированием средств и т.д.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способность решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: подходы к определению денег и измерению основные принципы и правила совершения банковских операций; основные виды банковских операций и особенности их проведения; основные нормативные показатели банковской деятельности, устанавливаемые Банком России, и порядок их расчета
	Уметь: применять полученные теоретические знания в практической деятельности; использовать методы начисления простых, сложных и непрерывных процентов при рассмотрении предложений банков по кредитам и депозитам; оценивать показатели деятельности банков при выборе финансового учреждения для обслуживания
	Владеть: навыками расчета: процентов по остаткам на банковских счетах, резервов на прочие потери по ссудам и резервов на прочие потери, лимита открытой валютной позиции по операциям в иностранных валютах, позиции по привлечению и размещению банком денежных ресурсов анализа основных показателей деятельности коммерческого банка
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Основные принципы проведения банковских операций
	Тема 2. Пассивные операции коммерческих банков.
	Тема 3. Активные банковские операции
	Тема 4. Расчетно-кассовое обслуживание банковской клиентуры.
	Тема 5. Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности клиентуры
	Тема 6. Операции банков с ценными бумагами
Трудоёмкость (з.е. / часы)	1 з.е. / 36 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Безопасность жизнедеятельности»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Безопасность жизнедеятельности»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	14
4.3. Тематика самостоятельных работ	15
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	17
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	17
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	19
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	23
6.3.1 Тестовые задания	23
6.3.2 Задачи.....	28
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	28
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	35
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	36
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	38
7.1. Основная учебная литература	39
7.2. Дополнительная учебная литература	Ошибка! Залка не определена.
7.3. Нормативные документы.....	Ошибка! Залка не определена.
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	41
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	41
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	43
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	Ошибка! Залка не определена.

Наименование дисциплины (модуля)

«Безопасность жизнедеятельности»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека, формирование навыков безопасного поведения в повседневной жизни и в экстремальных условиях.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения;анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов;правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности».	УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Уметь: <ul style="list-style-type: none">проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;эффективно применять средства защиты от негативных воздействий;планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.	УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
Владеть: <ul style="list-style-type: none">методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;методами прогнозирования чрезвычайных ситуаций и предотвращения их негативных последствий;методами повышения стрессоустойчивости. Способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях.		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» представляет собой дисциплину базовой части (Б1.О.03) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-8, УК-9	-	Безопасность жизнедеятельности	Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 1 курсе в I семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	34,25
Самостоятельная работа	73,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема № 1. Введение. Основные понятия, термины и определения	8,2	2	3	-	3	0,2		
Тема № 2 Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности. Классификация. Источники загрязнения среды обитания	8,2	2	3	-	3	0,2		
Тема № 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные произв. факторы	12,2	2	4	2	4	0,2		
Тема № 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом	12,2	2	4	2	4	0,2		
Тема № 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	8,2	-	3	2	3	0,2		
Тема № 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	12,2	2	4	2	4	0,2		
Тема № 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП	12,2	2	4	2	4	0,2		
Тема № 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи	12,2	2	4	2	4	0,2		
Тема № 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.	9,2	-	4	2	3	0,2		
Тема № 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности	12,2	2	4	2	4	0,2		
Итого	108	16	37	16	36	2	0,25	0,75
Контактная работа	34,25	16	-	16	-	2	0,25	-
Самостоятельная работа	73,75	-	37	-	36	-	-	0,75
Промежуточная аттестация		Зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема № 1. Введение. Основные понятия, термины и определения.	Цель и содержание дисциплины, ее основные задачи, место и роль в подготовке специалиста. Основные понятия. Понятие опасности. Структура и состав опасности. Процесс идентификации опасности. Различные классификации опасностей. Аксиома о потенциальной опасности деятельности человека. Принципы достижения безопасности. Методы анализа опасности. Количественная характеристика опасности. Риск. Степень риска. Основные виды риска. Индивидуальный риск. Коллективный риск. Технический риск. Экологический риск. Социальный риск. Кривая Фармера. Экономический риск. Потенциальный территориальный риск. Профессиональный риск. Оценка травматизма и профзаболеваний на производстве. Оценка экономических потерь предприятия. Показатель сокращения продолжительности жизни, методика определения. Концепция приемлемого риска и оценка безопасности профессиональной деятельности в РФ. Мотивированный и немотивированный риск. Методы определения риска. Управление риском. Анализ риска. Качественные методы анализа опасностей и риска. Проверочный лист. Предварительный анализ опасностей. Анализ видов и последствий отказов. Анализ опасности и работоспособности. Анализ ошибок персонала. Причинно-следственный анализ. Анализ «дерева отказов» или «дерева причин». Анализ «дерева событий» или «дерева последствий».
2.	Тема № 2. Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности. Классификация. Источники загрязнения среды обитания.	Экологическая безопасность. Критерии оценки качества окружающей среды, экологическое нормирование. Классификация нормативов качества природной среды. Основные принципы нормирования ОС. Государственные природоохранные органы РФ. Общественные природоохранные организации. Структура и краткая характеристика. Законодательство по охране природной среды РФ. Структура и основные документы. Система государственных стандартов «Охрана природы». Структура и описание. Экологическое законодательство и нормативные документы в области охраны окружающего воздуха. Основная характеристика загрязнителей атмосферного воздуха. Токсическая доза. Виды дозы. Виды ПДК для воздуха. Эффект суммации ПДК. ПДЭН. ВДК (ОБУВ). Определение и краткая характеристика понятий. Основные загрязнители атмосферного воздуха: классификация с ссылкой на ГОСТ; ПДКсс и ПДКмр. Оценка выбросов ЗВ по ЮНЕП. Критерии оценки состояния загрязнения атмосферы. КИЗА. Оценка рассеивающей способности атмосферы. Экологический мониторинг. Цель, ступени и структура. (ЕГСЭМ) РФ. Примеры. Экологическая экспертиза. Законодательная и нормативная база. Принципы экологической экспертизы. Методы экологической экспертизы. Федеральные и региональные уровни. Общественная экологическая экспертиза. Ресурсные критерии оценки состояния поверхностных вод. Экологическое законодательство и нормативные документы в области водопользования, водосбережения и безопасности водных объектов. Нормирование качества

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>воды. Классификация водоемов и ПДК. Методы комплексной оценки загрязненности поверхностных вод. Классы качества вод в зависимости от ИЗВ и индекса сапробности S. Гидрохимический метод комплексной оценки загрязнения вод: $KiNi$, Vi, Zc. Теория «биогеохимических провинций». Эндемические заболевания. Примеры. Общие и суммарные показатели качества вод, нормативные требования по качеству. Значение водного фактора в распространении острых кишечных инфекций и инвазий. Болезнь легионеров. Санитарно-микробиологическая оценка качества вод. Методы и объекты индикации, их общая характеристика. Показатели санитарно-микробиологической чистоты вод по СанПиНу 2.1.4.1074-01. Мероприятия, направленные на сохранение гидроресурсов. Замкнутые водооборотные системы. Кратность использования воды в обороте. Аэробная биохимическая очистка-минерализация. Анаэробная биохимическая очистка. Технология и степень эффективности очистки.</p> <p>Основная характеристика земельных ресурсов. Состав и структура почвы (почвенные фазы и горизонты). Минеральный состав почвы. Полидисперсность почвы. Гигиеническое и эпидемиологическое значение почвы. Антагонизм почвенной микрофлоры. Санитарная охрана почвы. Коэффициент концентрации химического вещества (Ki). Суммарный показатель загрязнения (Zc). Оценочная шкала опасности загрязнения почв. Утилизация твердых и жидких бытовых отходов как экологический пример.</p>
3.	<p>Тема № 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные производ. факторы</p>	<p>Структурно-функциональные системы восприятия и компенсации организмом человека изменений факторов среды обитания. Особенности структурно-функциональной организации человека. Естественные системы человека для защиты от негативных воздействий. Характеристика нервной системы. Условные и безусловные рефлексы. Анализаторы, их строение, функции. Функциональные характеристики и роль во взаимодействии с внешней средой. Вегетативная нервная система, роль в защитных реакциях. Критические периоды в развитии ее отделов и суточном режиме.</p> <p>Безопасность труда. Здоровье, определение. Виды здоровья. Профилактика нарушений состояния здоровья человека. Виды профилактики. Правовые и организационные основы производственной безопасности. Правовые и нормативно-методические документы по безопасности труда. Система государственных стандартов «Охрана труда». Структура и описание. Производственная среда. Классификация вредных и опасных производственных факторов в соответствии с ГОСТом 12.0.003-74. ПДУ вредного или опасного производственного фактора. Категории работ по интенсивности энергозатрат в соответствии с Р 2.2.2006-05. Динамический стереотип как фактор, определяющий функциональные возможности организма. Работоспособность. Определение физической работоспособности при помощи теста PWC170 (Physical working capacity). Общая физическая работоспособность. Относительная работоспособность. Оценка фактического состояния условий труда и классификация условий труда по степени вредности (Р</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>2.2.2006–05). Динамические и статические нагрузки. Методика расчета. Физиологические изменения в организме при физической и умственной нагрузке. Производственный травматизм. Причины производственного травматизма. Профессиональные заболевания. Острые и хронические профзаболевания, их характеристика и примеры. Аттестация рабочих мест по условиям труда. Рабочая зона. Рабочее место. Условия труда. Тяжесть труда. Напряжённость труда. Методика расчета.</p> <p>Опасные и вредные факторы производственной среды. АПФД. Общая характеристика и классификация АПФД. Аэрозоли дезинтеграции. Аэрозоли конденсации. Действие пыли на организм человека (классификация). Фиброгенность пыли. Нормирование и оценка степени воздействия АПФД. Классификация условий труда при профессиональном контакте с АПФД в соответствии с Р 2.2.2006-05. Принцип защиты временем при воздействии АПФД. Расчет допустимого стажа работы. Наиболее вредные характеристики пыли. Воздействие пыли на различные органы и ткани человека. Пневмокониозы. Токсико-пылевой бронхит. Бронхиальная астма. Профилактика пылевых заболеваний. Лечебно-профилактические мероприятия. Санитарно-технические мероприятия. СИЗ.</p> <p>УФ-излучение. Характеристика, классификация. Гигиеническое нормирование УФ в соответствии с СН № 4557-88 и МУ № 5046—89. Классификация условий труда по Р 2.2.2006 – 05. Биологическая оценка ультрафиолетового облучения. Бактерицидный и эритемный поток УФ. Виды доз облученности. Пороговая доза эритемной облученности: разовая и суточная. Биодоза. Производственные источники УФ. Биологическое действие УФ. Профилактические и защитные меры. СИЗ.</p> <p>ИК-излучение. Характеристика, классификация. Биологическое действие. Основой закон термодинамики и расчет радиационных потерь организма. Расчет теплового облучения работающего. Гигиеническое нормирование ИК в соответствии с СанПиН 2.2.4.548-96. Категории работ (классификация по энергозатратам). Классификация условий труда по Р 2.2.2006 – 05. Определение ТНС-индекса и классы условий труда по этому показателю. Принцип защиты временем и нормирование температуры воздуха на рабочем месте выше или ниже допустимых величин. Нормирование перепадов температур на рабочих местах в зависимости от категорий. СИЗ.</p> <p>Свет. Основные светотехнические характеристики и гигиенические требования по освещенности к рабочему месту. Нормирование освещенности по СНиП 23-05-95 и СанПиН 2.2.1/2.1.1.1278-03. Классификация условий труда по Р 2.2.2006 – 05. Классы условий труда в зависимости от дополнительных параметров световой среды. Разряды зрительных работ. Расчет естественного и искусственного освещения (метод светового потока). Основные зрительные функции. Механизм образования близорукости. Профилактика миопии.</p> <p>Действие электрического тока на организм человека. Классификация видов тока по действию на человека. Факторы, влияющие на исход поражения электрическим</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>током. Анализ опасности поражения электрическим током в различных электрических сетях (задание). Критерии электробезопасности и нормативные документы. Напряжение шага и прикосновения. Средства защиты, применяемые в электроустановках. Зануление и заземление принципиальная разница двух методов. Организация безопасности эксплуатации электроустановок. Оказание первой медицинской помощи при поражении электрическим током.</p> <p>Шум. Гигиеническая классификация шума. Классификация шума по ГОСТ 12.1.029-80 и ГОСТ 12.1.003-83. Основные характеристики звуковых волн. Уровень громкости звука. Гигиеническое нормирование шума по ГОСТ 12.1.003-83 и СН 2.2.4/2.1.8.562-96. Нормирование постоянного и непостоянного шума. Нормирование шума для ориентировочной оценки. Коррекция уровня звукового давления. Доза шума. Оценка источников шума (2 и более) одинаковых и разных по своему уровню. Количественная оценка тяжести и напряженности трудового процесса в зависимости от уровня шума. Классификация условий труда по Р 2.2.2006 – 05. Категории тяжести трудового процесса по СН 2.2.4/2.1.8.562-96. Переход от дБ к разам. Профилактика профзаболеваний. Инфразвук. Гигиеническая классификация и нормирование постоянного и непостоянного инфразвука по СН 2.2.4/2.18.583-96. ПДУ инфразвука. Биологическое действие. Профилактика. Ультразвук. Классификация и гигиеническое нормирование по СанПиН 2.2.4./2.1.8.582—96 и ГОСТ 12.1.001 — 89. Нормирование контактного ультразвука. Вегетативно-сенсорная полиневропатия. Биологическое действие. Профилактика профессиональных заболеваний.</p> <p>Электромагнитные волны. Источники электромагнитного излучения. Воздействие на организм человека. Нормирование электромагнитных полей. Напряженность ЭП и МП. Тепловой порог. Нормирование и профилактика профзаболеваний.</p> <p>Механические колебания. Виды вибраций и их воздействие на человека. Нормирование вибраций. Вибрационная болезнь. Профилактика.</p> <p>Лазерное излучение. Природа, источники и основные характеристики лазерного излучения, воздействие на организм человека и гигиеническое нормирование. Средства и методы защиты от лазерных излучений. Средства индивидуальной защиты (СИЗ).</p> <p>Безопасность автоматизированных объектов. Системы автоматического контроля. Психологические факторы при работе с информационными системами.</p>
4.	Тема № 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом.	<p>Общие сведения о чрезвычайных ситуациях, определение чрезвычайной ситуации, аварии, катастрофы, стихийного бедствия. Понятие аварийной и предаварийной ситуации, экстремальная ситуация, стадии чрезвычайной ситуации, классификация чрезвычайных ситуаций. Государственная концепция обеспечения безопасности в чрезвычайных ситуациях, разработка технических и организационных мероприятий, снижающих вероятность реализации поражающего потенциала современных технических систем. Подготовка объекта и обслуживающего персонала, служб МЧС и населения к действиям в условиях ЧС.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций: разработка плана ликвидации последствий ЧС, спасательные и другие неотложные работы в очагах поражения: разведка очага поражения, локализация и тушение пожаров, розыск пострадавших, оказание пострадавшим первой помощи, санитарная обработка людей и техники, обеззараживание местности, неотложные аварийно-спасательные работы, спасательная техника и ее применение, определение материального ущерба, числа жертв и травм. Обучение персонала объекта и населения действиям в чрезвычайных ситуациях, психологическая подготовка персонала и населения к ЧС, структура МЧС Российской Федерации и их сил быстрого реагирования.</p> <p>Организация систем мониторинга, цели и задачи мониторинга, виды мониторинга, экологический мониторинг, глобальный, национальный, региональный мониторинг. Организация систем мониторинга в России, общегосударственная сеть наблюдения и контроля.</p>
5.	<p>Тема № 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС.</p>	<p>Классификация ЧС по источнику происхождения и масштабу. Классификация природных опасностей. Геологические. Гидрологические. Метеорологические. Природные пожары. Инфекции. Наводнение, Половодье. Паводок, последствия. Классификация наводнений по признаку причин и по высоте подъема воды, ущерб и площади затопления. Защита и действие населения при угрозе и во время наводнения. Действия человека, оказавшегося в воде. Ураганы, бури, смерчи, их происхождение и последствия. Меры по обеспечению безопасности населения. Шкала Бофорта. Шкала перевода из баллов в м/с. Землетрясение. Основные параметры землетрясений, их последствия. Очаг, гипоцентр, эпицентр, эпицентральная зона (плейстосейстовая область). Изосейсты. Характеристики землетрясений: Энергия (E), магнитуда (M), интенсивность (I), глубина гипоцентра (h). Шкала Рихтера. Шкала силы (интенсивности) землетрясений (Шкала MSK -64). Сейсмограммы. Фазы землетрясения, их отличия. Форшоки. Афтершоки. Правила безопасного поведения во время землетрясения. Обвалы, оползни и сели, их происхождение, последствия и предотвращение данных событий. Классификация и профилактические мероприятия. Действия населения при угрозе схода оползней, селей и обвалов. Лесные и торфяные пожары, их последствия и предотвращение. Классификация пожаров. Меры безопасности в зоне лесных и торфяных пожаров. Извержение вулканов. Классификация и основные поражающие факторы. Снежные лавины. Классификация. Действие человека при данных стихийных бедствиях.</p> <p>ЧС биолого-социального характера. Инфекционный процесс. Источник возбудителя инфекции. Эпидемический процесс. Эпидемический очаг инфекции. Эпидемия, пандемия. Старые. Новые и возвращающиеся инфекции, примеры. Механизм, факторы и основные пути передачи и проникновения возбудителя инфекции. Формы взаимодействия инфекционного агента с макроорганизмом. Острые и хронические формы. Реинфекция. Носительство инфекции. Субклиническая форма. Латентная форма.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Медленная инфекция. Важнейшие свойства микроорганизмов, способных вызывать инфекционный процесс. Патогенность. Вирулентность. Адгезивность. Инвазивность. Токсигенность. Экзотоксины. Эндотоксины. Естественная классификация инфекционных болезней. Антропонозы и Зоонозы. Восприимчивый организм. Виды иммунитета. Естественный (специфический и неспецифический) и приобретенный. Иммунизация населения. Виды искусственного иммунитета.</p>
6.	<p>Тема № 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС.</p>	<p>ЧС техногенного характера. Классификация. Аварии и катастрофы. Причины возникновения пожара в жилых и общественных зданиях. Меры пожарной безопасности в быту. Пожары и взрывы, их причины и возможные последствия. Горение. Возгорание. Воспламенение. Концентрационные пределы. Методы тушения пожаров. Огнегасительные вещества. Средства пожаротушения. Первичные, стационарные и передвижные. Зоны действия взрыва. Причины взрывов. Действие взрыва на человека (действие ударной волны). Правила безопасного поведения при пожаре и угрозе взрыва.</p> <p>ХОО. Аварии на ХОО. АХОВ. Физико-химические свойства АХОВ влияющие на характер поражения. Поражающее действие АХОВ и пути проникновения в организм. Классификация. Характеристики действия АХОВ: токсичность, дозы, токсодозы, концентрации. Клиническая классификация АХОВ. Развитие аварии при хранении АХОВ под давлением в виде жидкости. Зона химического заражения. Очаги поражения. Продолжительность заражения. Источники опасности при авариях на ХОО. Химическая обстановка и ее оценка. Задание метеоусловий. Количество АХОВ, обусловившее ЧС. Эквивалентное количество АХОВ. Коэффициенты, используемые при расчете эквивалентного количества АХОВ. Определение эквивалентного количества вещества в первичном облаке. Определение эквивалентного количества вещества во вторичном облаке и времени испарения. Расчет глубины зоны заражения при аварии на ХОО. Определение площади зоны заражения. Определение времени подхода зараженного воздуха к заданному объекту. Определение продолжительности заражения. Защитные мероприятия на химически опасных объектах. Средства индивидуальной защиты. Способы защиты от АХОВ. Медицинская помощь пострадавшим при авариях на ХОО. Свойства аммиака и хлора, учитываемые при оказании первой помощи. Способы и средства ликвидации последствий аварий на ХОО.</p> <p>Радиационная безопасность. Виды и основная характеристика ионизирующих излучений. Корпускулярное и электромагнитное излучение. Источники радиационной опасности, естественные и искусственные. Радиоактивный распад. Изотопы. Радионуклиды. Период полураспада. Эффективный период полураспада. Характеристики радиационного излучения. Активность радионуклидов, виды активности. Доза излучения. Виды доз. Общая характеристика. Мощность доз. Коллективная эффективная эквивалентная доза. Полная коллективная эффективная эквивалентная доза. Понятие «уровень радиации» и «уровень (плотность) загрязнения» радионуклидом. НРБ-99.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Категории облучаемых лиц. Нормирование радиационной безопасности в случае радиационной аварии. Пределы доз (ПД). Гигиеническая оценка и классификация условий труда при работе с источниками ионизирующего излучения. Максимальные потенциальные эффективные и эквивалентные дозы, их МПД. Допустимая мощность годовой потенциальной дозы (ДМПД). Классификация условий труда по Р 2.2.2006 – 05. Радиационная защита. РОО и зоны безопасности. Международная шкала тяжести событий на АС. Аварии на РОО. Классификация аварий. Радиационная опасность аварии. Состав выброса и воздействие излучений по стадиям аварии (стадии РА). Состав защитных мероприятий при авариях на РОО. Заблаговременные и оперативные мероприятия РЗ. Зонирование территории при авариях на РОО. ЗРА и ЗРК. Типовые режимы радиационной защиты при авариях на АС. Зона радиационного загрязнения на ранней и промежуточной стадиях аварии (ЗРА). Зонирование внутри зоны отселения по степеням фактического загрязнения местности. Зонирование на восстановительной стадии аварии РОО. ЗРА и ЗРК. Зонирование ЗРА. Вмешательство и его принципы. Классификация противорадиационных укрытий. Классификация радиопротекторов. Типовые режимы радиационной защиты при авариях АЭС. Эвакуация населения, ее предназначение, порядок проведения мероприятий при эвакуации.</p>
7.	<p>Тема № 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП.</p>	<p>Чрезвычайные ситуации военного времени. Ядерное оружие, его поражающие факторы, зоны разрушения, степени разрушения зданий, сооружений, технических и транспортных средств. Возникновение и развитие пожаров в городах и на объектах экономики. Зоны радиоактивного заражения при наземных ядерных взрывах, воздействие радиации и электромагнитного импульса на технические средства. Возможные поражения людей при ядерном взрыве. Планируемые спасательные и другие неотложные работы в зонах очага ядерного поражения. Химическое оружие. Классификация и токсикологические характеристики отравляющих веществ. Зоны заражения и очаги поражения. Обычные средства поражения, их характеристики, профилактика последствий применения обычных средств поражения. Биологическое оружие. Основные характеристики и защита населения при использовании данного типа оружия МП.</p>
8.	<p>Тема № 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи.</p>	<p>Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС): задачи и структура. Территориальные подсистемы РСЧС. Функциональные подсистемы РСЧС. Уровни управления и состав органов по уровням. Координирующие органы, органы управления по делам ГО и ЧС, органы повседневного управления. Гражданская оборона, ее место в системе общегосударственных мероприятий гражданской защиты. Структура ГО в РФ. Задачи ГО, руководство ГО, органы управления ГО, силы ГО, гражданские организации ГО. Структура ГО на промышленном объекте. Планирование мероприятий по гражданской обороне на объектах. Организация защиты в мирное и военное время, способы защиты, защитные сооружения, их классификация. Оборудование убежищ. Быстровозводимые убежища.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Простейшие укрытия. Противорадиационные укрытия. Укрытие в приспособленных и специальных сооружениях. Организация укрытия населения в чрезвычайных ситуациях. Особенности и организация эвакуации из зон чрезвычайных ситуаций. Мероприятия медицинской защиты. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования.
9.	Тема № 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.	Вопросы безопасности жизнедеятельности в законах и подзаконных актах. Охрана окружающей среды. Нормативно-техническая документация по охране окружающей среды. Международное сотрудничество по охране окружающей среды. Мониторинг окружающей среды в РФ и за рубежом. Правила контроля состояния окружающей среды. Законодательство о труде. Законодательные акты директивных органов. Подзаконные акты по охране труда. Чрезвычайные ситуации в законах и подзаконных актах. Государственное управление в чрезвычайных ситуациях. Противодействие терроризму и экстремизму.
10.	Тема № 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности	Оказание первой медицинской помощи утопающему. Искусственная вентиляция легких. Ушиб. Признаки ушиба. Растяжения. Признаки растяжения. Вывих. Признаки. Перелом. Виды переломов. Признаки. Наиболее частые осложнения переломов. Первая медицинская помощь при растяжениях, переломах и вывихах. Иммобилизация и средства её достижения. Оказание первой медицинской помощи при термических и химических ожогах. Классификация ожогов. Оценка площади ожога. Ожоговая болезнь. Стадии. Ожоговый шок. Острая ожоговая токсемия, ожоговая септикотоксемия, реконвалесценция. Первая медицинская помощь при отравлении СДЯВ и ОВ. Классификация. Действие на организм человека. Первая медицинская помощь. Сердечно-сосудистая недостаточность – обморок, коллапс, шок. Оказание первой медицинской и доврачебной помощи. Кома. Первая медицинская и доврачебная помощь. Виды, классификация, диагностика и оказание первой помощи при кровотечениях. Кровопотеря. Наложение жгута. Раны. Правила и приемы наложения повязок. Первая медицинская помощь при отморожении. Физиологические изменения и признаки отморожения. Классификация поражений. Действие электрического тока на человека. Термическое. Электролитическое. Биологическое. Электрический ожог. Классификация и виды ожогов. Электрические знаки. Электрический удар. Классификация. Возможные пути тока через тело человека. Первая медицинская помощь при поражении электрическим током. Первая медицинская помощь при тепловом и солнечном ударах, признаки поражения. Понятие и определения здоровья. Общебиологическое здоровье. Популяционное. Индивидуальное. Факторы, влияющие на здоровье людей. Первичная, вторичная и третичная профилактика нарушений состояния здоровья. Психологическая устойчивость в чрезвычайных ситуациях. Норма психологического здоровья, психология риска, регуляция психологического состояния, психологическое воздействие на людей обстановки чрезвычайной ситуации, идентифицирование личности, психологический портрет,

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		социально-психологические отклонения в чрезвычайных ситуациях, дезадаптированность личности, посттравматические расстройства

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Правовые и организационные основы производственной безопасности	Безопасность труда. Здоровье, определение. Виды здоровья. Профилактика нарушений состояния здоровья человека. Виды профилактики. Правовые и организационные основы производственной безопасности. Правовые и нормативно-методические документы по безопасности труда. Система государственных стандартов «Охрана труда». Структура и описание. Производственная среда. Классификация вредных и опасных производственных факторов в соответствии с ГОСТом 12.0.003-74. ПДУ вредного или опасного производственного фактора
2.	Критерии оценки качества окружающей среды, экологическое нормирование	Экологическая безопасность. Критерии оценки качества окружающей среды, экологическое нормирование. Классификация нормативов качества природной среды. Основные принципы нормирования ОС. Государственные природоохранные органы РФ. Общественные природоохранные организации. Структура и краткая характеристика. Законодательство по охране природной среды РФ. Структура и основные документы. Система государственных стандартов «Охрана природы».
3.	ЧС природного характера	Классификация ЧС по источнику происхождения и масштабу. Классификация природных опасностей. Геологические. Гидрологические. Метеорологические. Природные пожары.
4.	ЧС биолого-социального характера	ЧС биолого-социального характера. Инфекционный процесс. Источник возбудителя инфекции. Эпидемический процесс. Эпидемический очаг инфекции. Эпидемия, пандемия. Старые. Новые и возвращающиеся инфекции, примеры. Механизм, факторы и основные пути передачи и проникновения возбудителя инфекции. Формы взаимодействия инфекционного агента с макроорганизмом.
5.	ЧС техногенного характера	ЧС техногенного характера. Классификация. Аварии и катастрофы. Причины возникновения пожара в жилых и общественных зданиях. Меры пожарной безопасности в быту. Пожары и взрывы, их причины и возможные последствия. Горение. Возгорание. Воспламенение. Концентрационные пределы. Методы тушения пожаров. Огнегасительные вещества. Средства пожаротушения. Первичные, стационарные и передвижные. Зоны действия взрыва. Причины взрывов. Действие взрыва на человека (действие ударной волны). Правила безопасного поведения при пожаре и угрозе взрыва.
6.	ЧС военного характера	Чрезвычайные ситуации военного времени. Ядерное оружие, его поражающие факторы, зоны разрушения, степени разрушения зданий, сооружений, технических и

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		транспортных средств. Возникновение и развитие пожаров в городах и на объектах экономики. Химическое оружие. Классификация и токсикологические характеристики отравляющих веществ. Зоны заражения и очаги поражения. Обычные средства поражения, их характеристики, профилактика последствий применения обычных средств поражения. Биологическое оружие. Основные характеристики и защита населения при использовании данного типа оружия МП.
7.	Медицина катастроф. Основные виды поражений и оказание первой медицинской помощи	Оказание первой медицинской помощи утопающему. Искусственная вентиляция легких. Ушиб. Признаки ушиба. Растяжения. Признаки растяжения. Вывих. Признаки. Перелом. Виды переломов. Признаки. Наиболее частые осложнения переломов. Первая медицинская помощь при растяжениях, переломах и вывихах. Иммобилизация и средства её достижения. Оказание первой медицинской помощи при термических и химических ожогах. Классификация ожогов. Оценка площади ожога. Ожоговая болезнь. Стадии. Ожоговый шок. Острая ожоговая токсемия, ожоговая септикотоксемия, реконвалесценция. Первая медицинская помощь при отравлении СДЯВ и ОВ. Классификация

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема № 1. Введение. Основные понятия, термины и определения	Методы определения риска. Управление риском. Анализ риска. Качественные методы анализа опасностей и риска. Причинно-следственный анализ. Анализ «дерева отказов» или «дерева причин».
2.	Тема № 2 Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности. Классификация. Источники загрязнения среды обитания	Основная характеристика земельных ресурсов. Состав и структура почвы (почвенные фазы и горизонты). Минеральный состав почвы. Гигиеническое и эпидемиологическое значение почвы. Санитарная охрана почвы. Оценочная шкала опасности загрязнения почв. Утилизация твердых и жидких бытовых отходов как экологический пример.
3.	Тема № 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные производ. факторы	Структурно-функциональные системы восприятия и компенсации организмом человека изменений факторов среды обитания. Естественные системы человека для защиты от негативных воздействий. Характеристика нервной системы. Условные и безусловные рефлексы. Анализаторы, их строение, функции. Вегетативная нервная система, роль в защитных реакциях.
4.	Тема № 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом	Организация систем мониторинга, цели и задачи мониторинга, виды мониторинга, экологический мониторинг, глобальный, национальный, региональный мониторинг. Организация систем мониторинга в России, общегосударственная сеть

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		наблюдения и контроля.
5.	Тема № 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	ЧС биолого-социального характера. Инфекционный процесс. Источник возбудителя инфекции. Эпидемический процесс. Эпидемический очаг инфекции. Эпидемия, пандемия. Старые. Новые и возвращающиеся инфекции, примеры. Механизм, факторы и основные пути передачи и проникновения возбудителя инфекции. Формы взаимодействия инфекционного агента с макроорганизмом.
6.	Тема № 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	ЧС техногенного характера. Классификация. Аварии и катастрофы. Причины возникновения пожара в жилых и общественных зданиях. Меры пожарной безопасности в быту. Пожары и взрывы, их причины и возможные последствия. Горение. Возгорание. Воспламенение. Концентрационные пределы. Методы тушения пожаров.
7.	Тема № 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП	Биологическое оружие. Основные характеристики и защита населения при использовании данного типа оружия.
8.	Тема № 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи	Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС): задачи и структура. Территориальные подсистемы РСЧС. Функциональные подсистемы РСЧС. Уровни управления и состав органов по уровням.
9.	Тема № 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.	Вопросы безопасности жизнедеятельности в законах и подзаконных актах. Охрана окружающей среды. Нормативно-техническая документация по охране окружающей среды. Международное сотрудничество по охране окружающей среды. Мониторинг окружающей среды в РФ и за рубежом. Правила контроля состояния окружающей среды. Законодательство о труде.
10.	Тема № 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности	Психологическая устойчивость в чрезвычайных ситуациях. Норма психологического здоровья, психология риска, регуляция психологического состояния, психологическое воздействие на людей обстановки чрезвычайной ситуации, идентификация личности, психологический портрет, социально-психологические отклонения в чрезвычайных ситуациях, дезадаптированность личности, посттравматические расстройства.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема № 1. Введение. Основные понятия, термины и определения	УК-8, УК-9	Тестирование		Письменно
Тема № 2 Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности.	УК-8, УК-9	Тестирование		Письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Классификация. Источники загрязнения среды обитания				
Тема № 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные производ. факторы	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
Тема № 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.	УК-8, УК-9	Тестирование		Письменно, устно
Тема № 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности	УК-8, УК-9	Тестирование, реферат		Письменно, устно
	УК-8, УК-9		зачет	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-8	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	<p>Ознакомление с теоретическими положениями учебной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения; анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов; правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности». 	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10
2	<p>Формирование представлений и умений, в области данной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. 	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10

Код компетенции	УК-9	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	<p>Ознакомление с теоретическими положениями учебной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения; 	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10

	<ul style="list-style-type: none"> • анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов; • правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности». 	
2	<p>Формирование представлений и умений, в области данной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; • эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; • планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. 	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-8 -Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Тип ФОС
-----------------	---	---------

Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.	Знание поражающих факторов стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения; - анатомо-физиологических последствий воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов; - правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности».	Способность проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; - эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; - планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.	Умение владеть методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - методами прогнозирования чрезвычайных ситуаций и предотвращения их негативных последствий; - методами повышения стрессоустойчивости. Способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях.	Контролируемая самостоятельная работа, зачет.

Код компетенции	УК-9 -Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; эффективно применять средства	Знание поражающих факторов стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в	Способность проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие	Умение владеть методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; - методами прогнозирования чрезвычайных	Контролируемая самостоятельная работа, зачет.

<p>защиты от негативных воздействий; планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения; - анатомо-физиологических последствий воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов; - правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности».</p>	<p>нормативным требованиям; - эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; - планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>ситуаций и предотвращения их негативных последствий; - методами повышения стрессоустойчивости. Способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях.</p>	
---	--	--	--	--

Шкала оценивания компетенций

<p>Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции</p>	<p>Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции</p>
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по</p>

представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Введение. Основные понятия, термины и определения.

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

1. Закон, закрепляющий правовые основы безопасности личности, общества и государства «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г.»
-«О безопасности»;
-«О пожарной безопасности»;
-«О гражданской обороне».

2. Ориентирующий принцип, направленный на учет всех без исключения элементов, формирующих опасные или вредные факторы, которые могут привести к несчастному случаю – принцип ...
-снижения опасности;
-прочности;
-ликвидации опасности;
-деструкции;
-системности;

3. Процесс, явление, объект, антропогенное воздействие или их комбинация, нарушающие устойчивое состояние среды обитания, угрожающие здоровью и жизни человека:
-авария;
-опасность;
-потенциальная опасность;
-стихийное бедствие.

Тема 2. Безопасность жизнедеятельности и природная среда. Экологические опасности. Классификация. Источники загрязнения среды обитания

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

1. Нижняя часть атмосферы, вся гидросфера и верхняя часть литосферы Земли, населенные живыми организмами – это:

- биосфера;
- стратосфера;
- ноксосфера;
- ноосфера.

2. Газ, который представлен в воздухе в большем процентном выражении:

- кислород;
- азот;
- аргон;
- углекислый газ.

3. Эрозии подвержена:

- атмосфера;
- гидросфера;
- литосфера;
- биосфера.

4. Болезни, возникающие по причине недостатка или избытка микроэлементов в почве:

- инфекционные заболевания;
- неинфекционные эндемичные заболевания;
- неинфекционные заболевания;
- кишечные заболевания.

Тема 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные произв. Факторы

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

1. Принципы, которые определяют взаимосвязь и отношения между отдельными стадиями и этапами процесса обеспечения безопасности – принципы ...

- безопасные;
- организационные;
- технические;
- ориентирующие;
- управленческие.

2. Действие производственного шума на организм человека сводится к ...

- поражению нервно-мышечного аппарата;

- функциональным изменениям центральной нервной системы;
- понижению чувствительности роговицы;
- нарушению концентрации внимания;
- силикозам.

3. Законодательный акт, в котором представлены основные нормативные правовые акты, обеспечивающие безопасные и безвредные условия труда

- «Об охране труда»;
- «Об обучении и воспитании кадров»;
- Гражданский кодекс;
- «О правовом регулировании отношений»;
- Трудовой кодекс РФ.

4. Своеобразная, тяжелая нервно-рефлекторная реакция организма в ответ на чрезмерное раздражение электрическим током называется...

- электрическим шоком;
- электрическим ожогом;
- электроофтальмией;
- электрической травмой.

Тема 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом

Тема 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС

Тема 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС

Тема 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП

Тема 8. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях (РСЧС). Структура. Задачи. ГО РФ и различных государств. МЧС РФ. Эвакуация. Особенности, задачи

Тема 9. Управление безопасностью жизнедеятельности. Противодействие терроризму и экстремизму.

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

1. При возгорании электропроводки следует:

- засыпать место возгорания песком;
- накинуть на очаг огня плотное покрывало;

- перерубить провод топором;
- вылить на этот участок ведро воды.

2. Основной юридический документ, определяющий правовое регулирование отношений в области предупреждения и ликвидации ЧС:

- Конституция РФ;
- управление защитой населения и территорий от ЧС;
- «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций»;
- федеральная и региональная целевая программа в области предупреждения и ликвидации ЧС.

3. Землетрясения происходят в виде толчков, которые включают:

- сейсмические силы, главный толчок;
- скорость распространения, устойчивость, затухание;
- очаг, центр очага, гипоцентр;
- форшоки, главный толчок, афтершоки.

4. Цунами относятся к ЧС ___ характера:

- геофизического;
- метеорологического;
- геологического;
- гидрологического.

Тема 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

1. При попадании в воду в спасательном жилете для сохранения тепла необходимо...

- активно двигаться и постоянно подавать сигналы, чтобы быстрее нашли;
- сочетать активные движения с периодами отдыха на спине;
- сгруппироваться, обхватить руками с боков грудную клетку и поднять бедра повыше;
- активно двигаться.

2. Сирены и прерывистые гудки предприятий и транспортных средств означают сигнал оповещения:

- «Внимание! Опасность!»;
- «Внимание всем!»;
- «Тревога».

3. Находясь дома, вы вдруг слышите прерывистые гудки предприятий и машин. Ваши действия:

- немедленно покинете помещение и спуститесь в убежище;
- плотно закроете все форточки и двери;
- немедленно включите телевизор, радиоприемник и будете слушать сообщение.

4. Если сигнал об угрозе нападения противника застал вас дома, необходимо:

- оставаться дома, плотно закрыв окна и двери;
- быстро покинуть здание и спуститься в ближайшее убежище;
- покинуть здание и отойти от него на безопасное расстояние;

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

(не предусмотрено)

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 3. Физиология и безопасность труда, обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Вредные и опасные произв. факторы

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Темы рефератов

1. Управление проблематикой охраны труда в «своей» стране.
3. Органы надзора и контроля за охраной труда в РФ и за рубежом.
5. Аттестация и сертификация рабочих мест по условиям охраны труда.
6. Регистрация, учёт и расследование несчастных случаев.
7. Основы физиологии труда и безопасной деятельности.
8. Роль эргономики и инженерной психологии в минимизации производственных рисков.
9. Источники и виды опасных и вредных факторов.
10. Анализ причин травматизма.
11. Производственные метеоусловия – как важнейший фактор оздоровления окружающей среды.
12. Роль естественной и искусственной освещённости в деятельности человека
13. Вредные вещества в промышленности и быту
14. Энергетические загрязнения окружающей среды, их нормализация.
15. Опасные термические факторы окружающей среды.
16. Вопросы электробезопасности в производственной деятельности и быту.

Тема 4. Принципы возникновения и классификация ЧС. Оценка, прогноз и мониторинг ЧС в РФ и за рубежом

Тема 5. ЧС природного и биолого-социального характера. Стихийные бедствия, виды, характеристика, основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС

Тема 6. ЧС техногенного характера. Аварии, взрывы, пожары, и др. Основные повреждающие факторы. Действие человека при данных ЧС

Тема 7. ЧС военного времени. Оружие массового поражения. Современная классификация. Действие населения при применении ОМП

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Темы рефератов

1. Наводнение, Половодье. Паводок, последствия. Классификация наводнений по признаку причин и по высоте подъема воды, ущербу и площади затопления. Защита и действие населения при угрозе и во время наводнения. Действия человека, оказавшегося в воде.
2. Ураганы, бури, смерчи, тайфуны их происхождение и последствия. Меры по обеспечению безопасности населения. Шкала Бофорта.
3. Землетрясения, основные параметры землетрясений, их последствия. Гипоцентр, эпицентр. Магнитуда. Энергия. Интенсивность. Глубина гипоцентра. Шкала MSK -64, шкала Рихтера. Правила безопасного поведения во время землетрясения.
4. Цунами. Причины возникновения. Характеристика природного явления. Действие человека при данном стихийном бедствии.

5. Извержение вулканов. Снежные лавины. Обвалы, оползни и сели, их происхождение, последствия и предотвращение данных событий. Действия населения.
6. Лесные и торфяные пожары, их последствия и предотвращение. Классификация пожаров. Меры безопасности в зоне лесных и торфяных пожаров.
7. Клинико-эпидемиологическая характеристика группы кишечных инфекций. Холера. Брюшной тиф. Сальмонеллез. Ботулизм. Дизентерия. Полиомиелит. Болезнь Боткина. Профилактика и оказание первой медицинской помощи.
8. Клинико-эпидемиологическая характеристика группы инфекций дыхательных путей. Грипп. Натуральная оспа. Эпидемический менингит. Профилактика и оказание первой медицинской помощи.
9. Клинико-эпидемиологическая характеристика группы кровяных инфекций. Сыпной тиф. Клещевой энцефалит, малярия. Профилактика и оказание первой медицинской помощи.
10. Клинико-эпидемиологическая характеристика группы инфекций наружных покровов. Бешенство. Столбняк. Сибирская язва. Ящур. Профилактика и оказание первой медицинской помощи.
11. Детские инфекционные болезни. Дифтерия. Корь и краснуха. Скарлатина. Профилактика и оказание первой медицинской помощи. Профилактика и оказание первой медицинской помощи.
12. Пожары, их причины и возможные последствия. Основные поражающие факторы. Горение. Возгорание. Воспламенение. Методы тушения пожаров. Классификация средств. Огнегасительные вещества. Средства пожаротушения. Классификация. Первичные, стационарные и передвижные. Меры пожарной безопасности в быту. Поведение человека в данной ситуации. Первая медицинская и доврачебная помощь.
13. Взрывы и их последствия. Зоны действия взрыва. Действие взрыва на человека (действие ударной волны) и здания. Концентрационные пределы. Правила безопасного поведения при угрозе взрыва. Поведение человека в данной ситуации. Первая медицинская и доврачебная помощь.
14. Химически опасные объекты производства, возможные последствия при авариях на химически опасных объектах, правила поведения. Хронические и острые интоксикации. Первая медицинская и доврачебная помощь при отравлении СДЯВ и ОБ. Поведение человека в данной ситуации.
15. Аварии на радиационно-опасных объектах, возможные последствия облучения людей, ОЛБ. Профилактика лучевых поражений. Первая медицинская и доврачебная помощь. Виды ионизирующих излучений, их основные характеристики. Правила поведения при радиационных авариях.
16. Транспортные аварии и их последствия. Безопасное поведение человека. Оказание первой медицинской помощи.
17. Действие пассажиров при аварии на железнодорожном транспорте. Аварийные и опасные ситуации в метрополитене. Безопасное поведение человека. Оказание первой медицинской помощи.
18. Действие пассажиров при опасных и аварийных ситуациях на воздушном и водном транспорте. Оказание первой медицинской помощи.
19. Ядерное оружие, его боевые свойства и поражающие факторы. Классификация поражающих факторов ядерного взрыва и защита от их действия человека. Виды ядерных взрывов. След от радиоактивного облака. Зоны. Средства индивидуальной и коллективной защиты.
20. Химическое оружие. Классификация по характеру токсического действия ОБ. Нервнопаралитические. Кожно-нарывные. Удушающие. Общеядовитые. Психохимические. Раздражающие. Классификация отравляющих веществ в зависимости

от характера поражающего действия. Защита. Средства индивидуальной и коллективной защиты.

21. Бактериологическое оружие. Защита от поражающих факторов. Способы применения.

22. Современные и обычные средства поражения и защита от них. Классификация. Осколочные. Фугасные. Кумулятивные. Зажигательные. Объемного взрыва. Высокоточное оружие. Разведывательно-ударные комплексы. Управляемые авиационные бомбы. Средства индивидуальной и коллективной защиты.

23. Организация инженерной защиты населения от поражающих факторов. Виды убежищ. Размещение и правила поведения людей в защитном сооружении. Средства индивидуальной защиты. СИЗ кожи. Медицинские средства индивидуальной защиты. Аптечка индивидуальная АИ-2. Индивидуальные противохимические пакеты. Организация и проведение санитарной обработки людей.

24. Эвакуация населения при ЧС, ее предназначение, порядок проведения мероприятий при эвакуации.

Тема № 10. Медико-биологические и психологические основы безопасности жизнедеятельности

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Темы рефератов

1. Основные заболевания системы крови (анемия, лейкоз, лимфолейкоз, метгемоглобинемия). Первая помощь.

2. Иммунный статус человека. Органы иммунной системы. Понятия иммунная система и антигены. Иммунодефициты первичные и вторичные. Классификация. ВИЧ-инфекция как модель вторичного иммунодефицита. Профилактика СПИДа. Первая помощь.

3. Механизмы системы свертывания крови. Гемофилия. Первая помощь.

4. Раны. Виды ран. Повязка. Перевязка. Правила наложения и перевязки. Первая помощь при кровотечениях. Виды кровотечений. Методы остановки кровотечений. Наложение кровоостанавливающего жгута.

5. Заболевания бронхолегочной системы (бронхит, плеврит, пневмония, рак легкого, пневмоторакс, пневмокониозы, эмфизема легких). Наблюдение и уход за больными с заболеваниями органов дыхания.

6. Туберкулез. Классификация. Клиническая характеристика. Вакцина БЦЖ. Значение реакции Манту. Наблюдение и уход за больными.

7. Реанимация. Искусственное дыхание. Инородные предметы в дыхательных путях. Острая дыхательная недостаточность. Открытый и закрытый пневмоторакс. Оказание первой медицинской помощи при утоплении.

8. Сосудистая недостаточность. Обморок. Коллапс. Кома, виды комы. Атеросклероз. Вегетативно-сосудистая дистония. Артериальная гипертензия. Гипертонический криз.

Диагностика. Понятие шока. Фазы шока. Характеристика и первая медицинская помощь при данных ситуациях.

9. Ишемическая болезнь сердца. Инфаркт миокарда. Стенокардия. Аритмия сердца. Диагностика. Ушибы сердца. Диагностика. Первая помощь. Терминальное состояние. Агония. Клиническая и биологическая смерть.

10. Тепловой удар. Солнечный удар. Термические ожоги и ожоговая болезнь. Первая медицинская и доврачебная помощь.

11. Травматический шок. Фазы и степени шока. Первая медицинская и доврачебная помощь. Синдром длительного сдавливания. Клиническая картина. Первая медицинская и доврачебная помощь.

12. Поражение электрическим током. Первая медицинская и доврачебная помощь. Действие электрического тока на человека. Термическое. Электролитическое. Биологическое. Электрический ожог. Классификация и виды ожогов. Электрические знаки. Электрический удар. Классификация. Возможные пути тока через тело человека. Первая медицинская помощь при поражении электрическим током.

13. Химические ожоги. Отморожение и общее замерзание. Первая медицинская и доврачебная помощь. Укусы ядовитых змей и насекомых. Первая медицинская и доврачебная помощь.

14. Острые и хронические отравления. Принципы оказания первой медицинской помощи при различных отравлениях.

15. Ушибы, растяжения и разрывы мягких тканей, переломы и вывихи. Первая медицинская и доврачебная помощь. Порядок наложения шины. Первая помощь.

16. Реанимация. Искусственное дыхание. Инородные предметы в дыхательных путях. Острая дыхательная недостаточность. Наблюдение и уход за больными с заболеваниями органов дыхания. Оказание первой медицинской помощи при утоплении.

17. Доврачебная реанимационная помощь. Непрямой массаж сердца. Методика. Прямой массаж сердца.

18. Функциональная анатомия органа зрения. Дальновзоркость и близорукость. Травмы глаза. Первая помощь. Профилактика заболеваний.

19. Функциональная анатомия органа слуха. Основные нарушения. Профилактика.

20. Алкоголь и его влияние на физическое и психическое здоровье человека. Профилактика алкогольной зависимости.

21. Курение и его влияние на здоровье курящего и окружающих (пассивное курение). Способы профилактики и отказа от курения.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
			сделаны и/или обоснованы	Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэтапного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
-----------------	-------------------

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»**, **«не зачтено»**.

Проверяемые компетенции:

Проверяемые компетенции

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» проводится в форме текущей и итоговой аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке студентов и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, тестирования, круглый стол, решение задач, творческие задания, деловая игра);
- по результатам выполнения индивидуальных заданий (реферат, презентация);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки: 38.03.02. Менеджмент. Профиль «Менеджмент и маркетинг» в форме зачета.

Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения зачета – контрольная работа, тестирование. Оценка по результатам зачета – «зачтено или не зачтено».

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих принципах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).

2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.

3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Реферат (доклад)	<p>Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.</p> <p>Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы.</p> <p>Тематика рефератов (докладов) выдается на занятии, выбор темы осуществляется студентом самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Результаты озвучиваются на семинарском занятии, регламент – 7 мин. на выступление. В оценивании</p>	Темы рефератов (докладов)

		результатов наравне с преподавателем принимают участие студенты группы.	
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	Устный опрос	Устный опрос по основным терминам может проводиться в начале/конце лекционного или семинарского занятия в течение 15-20 мин. Либо устный опрос проводится в течение всего семинарского занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо у доски.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
4	Тест	Проводится семинарских занятиях. Позволяет оценить уровень знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных или электронных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте определяется преподавателем. Отведенное время на подготовку определяет преподаватель.	Фонд тестовых заданий
5	Зачет	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями.	Комплект вопросов к зачету, экзамену

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1 Белов, С. В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) [Электронный ресурс]: учебник для акад. бакалавриата. Ч. 1, 2019. - 1 on-line, 350 с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

2 Белов, С. В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) [Электронный ресурс]: учебник для акад. бакалавриата. Ч. 2, 2019. - 1 on-line, 362 с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

1 Безопасность жизнедеятельности [Текст]: учеб. пособие для вузов / [С. В. Белов [и др.]; под общ. ред. С. В. Белова, 2008. - 615, [1] с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 49: ч.з.N2(1), УБ(47), ч.з.N1(1)

7.4. Литература для самостоятельной работы

1. Хван, Т. А. Безопасность жизнедеятельности: учеб. пособие для вузов/ Т. А. Хван, П. А. Хван. - 11-е изд. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 443, [1] с.: ил., табл. - (Высшее образование). - Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту (третьего поколения). - ISBN 978-5-222-22237-9: 445.00, 445.00, р. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: УБ(50).

7.3. Нормативные документы

Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.

Федеральные законы:

Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» (в ред. от 26.06.2007)

Федеральный закон от 23.11.1995 г. № 174-ФЗ «Об экологической экспертизе»

Федеральный закон Российской Федерации от 4 мая 1999г. № 96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха» (в редакции 31 декабря 2005г.).

Федеральный закон Российской Федерации от 24 июня 1998г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (в редакции 31 декабря 2005г.).

Постановления Правительства:

«О нормативах выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух и вредных физических воздействий на него» от 02.03.2000г. №183.

«Об утверждении Положения о государственном учете вредных воздействий на атмосферный воздух и их источников» от 21.04.2000г. №373.

«О порядке установления и пересмотра экологических и гигиенических нормативов качества атмосферного воздуха, предельно допустимых уровней физических воздействий на атмосферный воздух и государственной регистрации вредных (загрязняющих) веществ и потенциально опасных веществ» от 02.03.2000г. №182.

«О правилах разработки и утверждения нормативов образования отходов и лимитов на их размещение» от 16.06.2000г. №461.

«О порядке ведения государственного кадастра отходов и проведения паспортизации опасных отходов» от 26.10.2000г. №818.

«О порядке ограничения, приостановления или прекращения выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух и вредных физических воздействий на атмосферный воздух и утверждении Положения об ограничении, приостановлении или прекращении выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух и вредных физических воздействий на атмосферный воздух» от 28.11.2002г. №847.

Государственные стандарты:

ГОСТ 17.0.0.02-79. Охрана природы. Метрологическое обеспечение контроля загрязненности атмосферы, поверхностных вод почвы. Основные положения.

ГОСТ 17.1.3.05-82. Охрана природы. Гидросфера. Общие требования к охране поверхностных и подземных вод от загрязнения нефтью и нефтепродуктами.

ГОСТ 17.1.3.07-82. Охрана природы. Гидросфера. Правила контроля качества воды водоемов и водотоков.

ГОСТ 17.2.3.01-86. Охрана природы. Атмосфера. Правила контроля качества воздуха населенных пунктов.

ГОСТ 17.2.4.06-90. Охрана природы. Атмосфера. Методы определения скорости и расхода газопылевых потоков, отходящих от стационарных источников загрязнения.

ГОСТ 17.2.4.07-90. Охрана природы. Атмосфера. Методы определения давления и температуры газопылевых потоков, отходящих от стационарных источников загрязнения.

ГОСТ 17.2.2.03-87. Охрана природы. Атмосфера. Нормы и методы измерений содержания окиси углерода и углеводородов в отработавших газах автомобилей с бензиновыми двигателями.

ГОСТ 17.4.1.02-83. Охрана природы. Почвы. Классификация химических веществ для контроля загрязнений.

ГОСТ 17.4.3.01-83. Охрана природы. Почвы. Общие требования к отбору проб.

ГОСТ 17.4.3.03-85. Охрана природы. Почвы. Общие требования к методикам определения загрязняющих веществ.

ГОСТ Р 8.563-96 (с дополнениями №1 и2, 2001 и 2002г.г). ГСИ. Методики выполнения измерений.

ГОСТ Р ИСО/МЭК 17025-2000. Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий.

ГОСТ Р 8.589-2001. Контроль загрязнения окружающей природной среды. Метрологическое обеспечение. Основные положения.

ГОСТ Р ИСО 5725-1-2002. Точность (правильность и прецизионность) методов и результатов измерений. Часть 1-6.

Санитарные нормы и правила. Гигиенические нормативы:

Методические указания МУ 2.1.7.730-99 «Гигиеническая оценка качества почвы населенных мест», утверждено Главным государственным санитарным врачом РФ 7 февраля 1999г.

СанПиН 2.1.5.980-00 «Гигиенические требования к охране поверхностных вод», утверждены главным государственным санитарным врачом Российской Федерации.

Гигиенические требования к охране подземных вод от загрязнения, введены в действие Постановлением главного санитарного врача Российской Федерации от 25 июля 2001г. №19.

ГН 2.1.5.1315-03 Предельно допустимые концентрации (ПДК) химических веществ в воде водных объектов хозяйственно-питьевого и культурно-бытового водопользования, постановление Минздрава России от 30 апреля 2003г. № 78.

СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов», утверждены главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 15 июля 2003г. №4459.

ГН 2.1.6.2489-09 «Предельно-допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе населенных мест». Дополнение №7 к ГН 2.1.6.1338-03

ГН 2.1.6.2505-09 «Ориентировочные безопасные уровни воздействия (ОБУВ) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе населенных мест».Дополнение № 4 к ГН 2.1.6.2309-07.

МУК 4.3.2491-09 «Гигиеническая оценка электрических и магнитных полей промышленной частоты (50Гц) в производственных условиях.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Самостоятельная работа по изучению содержания дисциплины

При изучении дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» студент должен добросовестно посещать лекции, практические занятия. К практическим занятиям студент должен подготовить материал и презентацию по теме из предложенного списка и выступить с сообщением на занятии.

Рекомендации по самостоятельному изучению теоретического материала и выполнения практических работ.

Программа курса предполагает значительный объем самостоятельной работы студентам. Её результаты проверяются непосредственно на практических занятиях в форме устных ответов, письменных работ. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает: чтение студентам рекомендованной литературы и усвоение теоретического материала дисциплины, подготовку к практическим занятиям. В процессе самостоятельной работы рекомендуется обратить внимание на то, что данная программа содержит развернутый тематический план курса, в котором раскрывается содержание тем, указаны ключевые понятия, освоение которых требуется курсом.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение настоящей дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь семестр, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе дисциплины. По каждой из тем для самостоятельного изучения, приведенных в рабочей программе дисциплины следует сначала прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для подготовки доклада и углублённого изучения отдельных тем, рекомендуется познакомиться с дополнительной литературой.

Рекомендации по работе на лекции

Основными видами аудиторной работы являются лекции, семинарские занятия. Студенты не имеют права без уважительных причин пропускать аудиторные занятия. В противном случае они могут быть не допущены к зачету. Все пропущенные занятия, за исключением пропущенного по уважительной причине, должны быть отработаны. Форма и виды отработок устанавливаются преподавателем.

В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные понятия темы, связанные с ней теоретические практические проблемы, дает перечень нормативных и иных источников подлежащих изучению по теме, дает рекомендации к самостоятельной работе. Обязанность студентам - внимательно слушать и конспектировать лекционный материал; в конспекте рекомендуется оставлять поля для последующей самостоятельной работы над темой. По окончании лекции предполагается, что студенты могут задавать вопросы преподавателю по теме лекции для уяснения материала.

Рекомендации по работе на практическом занятии (семинаре).

Практические занятия (семинары) завершают изучение наиболее важных тем или разделов учебной дисциплины и проводятся в виде опроса-обсуждения вопросов к занятиям, дискуссий по проблемным темам, подготовки и чтения рефератов (докладов), проведения тематических (проверочных) контрольных работ и тестов, а также проведения деловых игр и мини конференций-семинаров. Они служат для контроля преподавателем подготовленности студентов; закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений по различным разделам дисциплины, приобретения опыта устных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений.

Практическое занятие (семинар) начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем проводится занятие по одной из выше перечисленных форм. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения намеченных вопросов и объявляет оценки выступавшим студентам. Практическое занятие (семинар) может включать в себя элементы индивидуального собеседования. Преподаватель может осуществлять индивидуальный контроль работы студентов; знакомится с их конспектами лекций, первоисточников; оценивать выполнение индивидуальных заданий; давать рекомендации, в том числе по составлению индивидуального плана работы над курсом.

Рекомендации по подготовке к зачету

Изучение дисциплины заканчивается зачетом, проводимым по всему ее содержанию. К зачету допускаются студенты, систематически работавшие над дисциплиной в семестре; показавшие положительные знания по вопросам, выносившимся на групповые занятия. Объем предъявляемых на зачете требований определяется перечнем вопросов для подготовки по дисциплине, содержащихся в данных материалах. Непосредственная подготовка к зачету осуществляется по вопросам, представленным в данных материалах. Тщательно изучите формулировку каждого вопроса, поймите его сущность. Желательно составить развернутый план ответа на вопрос, приложив к нему ссылки на источники, характерные цитаты. Отметить для себя пробелы в знаниях, которые следует ликвидировать в ходе учебного сбора, вопросы, ответы на которые следует уточнить с помощью преподавателя. При непосредственной подготовке к зачету следует вспомнить разработанный план ответа и усовершенствовать его с использованием материала других, «пересекающихся» вопросов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindows 7,

MicrosoftOfficeStandart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Бухгалтерский учет»
Шифр: 38.03.02**

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.3.1 Тестовые задания	13
6.3.2 Задачи	15
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	20
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине	24
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	27
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
7.1. Основная учебная литература	27
7.2. Дополнительная учебная литература.....	28
7.3. Дополнительная учебная литература.....	28
7.3. Для самостоятельного изучения.....	28
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	30
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	32
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	33

Наименование дисциплины (модуля)

«БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Бухгалтерский учёт» является формирование компетенции обучающегося в области методологии, организации и методики бухгалтерского финансового учета деятельности коммерческих организаций, использования учетной информации в принятии управленческих решений.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - организацию бухгалтерского учета на предприятии; - основы составления финансовой отчетности	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Уметь: - формировать первичные учетные документы; - формировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность организации		
Владеть: - навыками самостоятельного применения теоретических основ и принципов составления бухгалтерской (финансовой) отчетности		
Знать: - теоретические основы бухгалтерского учета; - нормативное регулирование бухгалтерского учета; - содержание и порядок учета активов, капитала и обязательств	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: - правильно идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать на бухгалтерских счетах отдельные хозяйственные операции; - отражать хозяйственные операции в учетных регистрах		
Владеть: - навыками самостоятельного применения теоретических основ и принципов бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Бухгалтерский учёт» представляет собой дисциплину базовой части профессионального цикла (Б1.О.20) дисциплин подготовки студентов по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5	Цифровая организация бизнеса	Бухгалтерский учёт	Реклама и HR Интернет-предпринимательство Интернет-маркетинг Анализ хозяйственной деятельности
ОПК-2	Математика Теория вероятностей и математическая статистика Статистика Финансовый менеджмент Экономическая безопасность Маркетинг Маркетинговые исследования Маркетинговый анализ Маркетинговое консультирование Поведение потребителей	Бухгалтерский учёт	Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 6-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	10
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	50,35
Самостоятельная работа	57,65
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего, час	В том числе						
		лекции		практические занятия		КСР	промежуточная аттестация	
		контакт. работа	СР	контакт. работа	СР	контакт. работа	контакт. работа	СР
1 Теоретические основы бухгалтерского учета	13	2	2	2	6	2		
2 Учет внеоборотных активов предприятия	17	2	4	4	4	1		
3 Учет оборотных активов предприятия	17	2	4	4	4	2		
4 Учет капитала предприятия	14	2	4	2	4	1		
5 Учет финансовых результатов предприятия	14	2	4	4	5	1		
6 Учет обязательств предприятия	15	2	4	4	4	1		
7 Состав и содержание финансовой отчетности	17	4	4	4	4	2		
Итого	108	16	26	24	31	10	0,35	0,65
Контактная работа	50,35	16		24		10	0,35	
Самостоятельная работа	57,65		26		31			0,65
Промежуточная аттестация		экзамен						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

Наименование темы	Содержание темы
1 Теоретические основы бухгалтерского учета	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность бухгалтерского учета: содержание, цель, задачи и роль в управлении экономикой предприятия 2. Предмет бухгалтерского учета и его объекты 3. Метод бухгалтерского учета и его элементы 4. Основы технологии и организации бухгалтерского учета на предприятии 5. Учетная политика предприятия 6. Нормативно-правовая база бухгалтерского учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности 7. Налогообложение предприятия. Организация налогового учета. Учетная политика в целях налогообложения
2 Учет внеоборотных активов предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Учет материальных внеоборотных активов, их классификация и оценка 2. Порядок начисления и учета амортизации основных средств 3. Учет нематериальных активов и их оценка 4. Порядок начисления и учета амортизации нематериальных активов 5. Учет резервов под обесценение вложений в ценные бумаги 6. Учет долгосрочных финансовых инструментов
3 Учет оборотных активов предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Учет кассовых операций предприятия 2. Безналичные формы расчетов. Учет операций на расчетном, валютном и специальных счетах 3. Учет операций с иностранной валютой 4. Учет запасов предприятия

Наименование темы	Содержание темы
	5. Учет краткосрочных финансовых инструментов 6. Учет производственных затрат 7. Учет и оценка готовой продукции
4 Учет капитала предприятия	Учет уставного капитала предприятия Учет добавочного капитала Учет резервного капитала Учет резервов. Резервы и события после отчетной даты
5 Учет финансовых результатов предприятия	Выручка от продаж: определение, условия признания, особенности бухгалтерского учета Представление финансовых результатов Учет финансовых результатов от продаж Учет финансовых результатов от прочих доходов и расходов. Учет общего финансового результата. Учет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка).
6 Учет обязательств предприятия	1. Принципы учета и расчетов по оплате труда на предприятии 2. Порядок начисления заработной платы и расчета удержаний из заработной платы работников 3. Учет кредитов и займов 4. Учет кредиторской задолженности предприятия 5. Особенности расчетов с бюджетом по налогам и с государственными внебюджетными фондами по обязательному страхованию. Учет государственных субсидий
7 Состав и содержание финансовой отчетности	Состав бухгалтерской (финансовой) отчетности Бухгалтерский баланс Отчет о финансовых результатах Приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах Подготовка бухгалтерской (финансовой) отчетности для отдельного предприятия Признание и оценка показателей отдельных статей бухгалтерской (финансовой) отчетности

4.2. Тематика практических занятий

Наименование темы	Содержание практического занятия
1 Теоретические основы бухгалтерского учета	Виды хозяйственного учета. Внутренние и внешние пользователи бухгалтерской информации. Законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского учета в РФ. Содержание понятия «метод бухгалтерского учета». Документирование хозяйственных операций как один из важнейших элементов метода бухгалтерского учета. Инвентаризация как элемент метода бухгалтерского учета. Сущность и значение стоимостного измерения объектов бухгалтерского учета. Виды оценок, применяемые в бухгалтерском учете. Назначение и структура бухгалтерских счетов. Двойная запись хозяйственных операций на балансовых счетах. Организационные формы бухгалтерской службы. Права и обязанности главного бухгалтера. Применение современных информационных технологий при организации и ведении бухгалтерского учета на предприятии
2 Учет внеоборотных активов предприятия	Определение оценки основных средств в зависимости от источника их поступления. Порядок и способы начисления и учета амортизации основных средств. Учет списания, продажи и прочего выбытия основных средств. Учет поступления нематериальных активов и их оценка. Порядок начисления и учета амортизации нематериальных активов, определение срока

Наименование темы	Содержание практического занятия
	их амортизации. Учет списания, продажи и прочего выбытия нематериальных активов.
3 Учет оборотных активов предприятия	Порядок ведения и отражения в учете кассовых операций. Учет операций на расчетном, валютном и прочих счетах. Учет поступления материалов. Учет отпуска материалов в производство. Учет продажи и прочего выбытия материалов. Учет затрат на производство и издержек обращения. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) и издержек обращения. Учет затрат на производство и определение фактической себестоимости продукции (работ, услуг). Характеристика счетов по учету затрат на производство. Учет готовой продукции: учет выпуска и ее оценка. Учет отгрузки готовой продукции. Учет расходов на продажу продукции. Учет продажи продукции (работ, услуг). Понятие, классификация и оценка финансовых вложений. Общий порядок учета финансовых вложений. Учет финансовых вложений в ценные бумаги. Учет резервов под обесценение вложений в ценные бумаги.
4 Учет капитала предприятия	Понятие и состав собственных источников предприятия. Решение задач по учету уставного капитала, добавочного капитала, резервного капитала предприятия.
5 Учет финансовых результатов предприятия	Решение задач по учету финансовых результатов от продаж; учету финансовых результатов от прочих доходов и расходов; учету общего финансового результата; учет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка).
6 Учет обязательств предприятия	Учет кредитов и займов у заемщика. Учет процентов по кредитам и займам. Учет кредитов и займов у займодавца. Учет личного состава работников и использования рабочего времени. Порядок начисления заработной платы и других видов оплаты. Расчет удержаний из заработной платы работников. Расчет взносов во внебюджетные фонды. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет расчетов с учредителями. Учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами. Учет расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами.
7 Состав и содержание финансовой отчетности	Концепция бухгалтерской (финансовой) отчетности в России и международной практике. Понятие бухгалтерской финансовой отчетности. Назначение бухгалтерской финансовой отчетности. Порядок составления и представления бухгалтерских отчетов.

4.3. Самостоятельная работа студентов

Наименование темы	Содержание самостоятельной работы
1 Теоретические основы бухгалтерского учета	Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания). Изучение нормативного регулирования бухгалтерского (финансового) учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности в РФ; подготовка рефератов. Исследование состава активов и пассивов предприятий, особенностей их интерпретации и отражения в бухгалтерском учете. Освоение основных приемов метода бухгалтерского учета: понятие, строение и порядок записи хозяйственных на бухгалтерских счетах бухгалтерского учета с использованием двойной записи. Изучение способов построения и использования синтетических и аналитических счетов. Изучение отражения в учете особенностей налогообложения предприятия.

Наименование темы	Содержание самостоятельной работы
2 Учет внеоборотных активов предприятия	<p>Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания).</p> <p>Изучение состава и видов оценки внеоборотных активов предприятия. Исследование особенностей нормативного регулирования учета долгосрочных финансовых вложений; учета затрат на строительство основных средств; учета арендованных основных средств; переоценки основных средств. Формирование документов, отражающих движение основных средств. Решение задач по выбору метода начисления амортизации внеоборотных активов, расчеты амортизационных отчислений.</p>
3 Учет оборотных активов предприятия	<p>Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания).</p> <p>Подготовка документов, отражающих движение денежных средств. Изучение: методики проведения инвентаризация кассы, материально-производственных запасов, готовой продукции; организация работы кассира; видов безналичных расчетов; подготовка рефератов. Решение задач по учету наличных и безналичных денежных средств предприятия. Изучение документального оформления движения материалов, товаров, готовой продукции; заполнение первичных документов. Исследование методов оценки материалов, товаров, готовой продукции.</p>
4 Учет капитала предприятия	<p>Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания).</p> <p>Изучение состава и характеристики элементов собственного капитала предприятия капитала. Исследование нормативного регулирования формирования и учета уставного капитала, резервного капитала, добавочного капитал предприятия; подготовка рефератов.</p>
5 Учет финансовых результатов предприятия	<p>Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания).</p> <p>Изучение состава доходов и расходов по основным видам деятельности и прочих доходов и расходов предприятия с учетом нормативного регулирования бухгалтерского учета и налогового учета. Решение задач по учету расходов на продажу и выручки от реализации; по расчету финансовых результатов деятельности предприятия.</p>
6 Учет обязательств предприятия	<p>Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания).</p> <p>Изучение состава дебиторской и кредиторской задолженностей предприятий различных сфер деятельности; подготовка рефератов. Решение задач по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками, авансов выданных, расчетов с покупателями и заказчиками, расчетов с подотчетными лицами. Исследование особенностей учета расчетов с бюджетом по налоговым платежам и с внебюджетными фондами по страховым взносам. Обобщение видов и форм оплаты труда. Решение задач по учету расчетов по оплате труда на предприятии, заполнение первичных учетных документов по оплате труда; по расчетам пособий по временной нетрудоспособности, отпускных и компенсации за неиспользованный отпуск. Изучение порядка расчета и учета</p>

Наименование темы	Содержание самостоятельной работы
	процентов по кредитам и займам, особенностей учета кредитов и займов в иностранной валюте; подготовка рефератов.
7 Состав и содержание финансовой отчетности	Работа над лекционным материалом, работа с учебной литературой и периодикой, подготовка к практическим занятиям (домашние задания). Исследование групп пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности, основных требований к данным отчетности Закрепление знаний и навыков по формированию показателей бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета о движении денежных средств, отчета об изменениях капитала. Решение задач по составлению бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия; проведение горизонтального и вертикального анализа.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы сети «Интернет»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1 Теоретические основы бухгалтерского учета	ОПК-5 ОПК-2	тестирование реферат		письменно устно
Тема 2 Учет внеоборотных активов предприятия	ОПК-5 ОПК-2	решение задач		письменно
Тема 3 Учет оборотных активов предприятия	ОПК-5 ОПК-2	решение задач		письменно
Тема 4 Учет капитала предприятия	ОПК-5 ОПК-2	решение задач реферат		письменно устно
Тема 5 Учет финансовых результатов предприятия	ОПК-5 ОПК-2	решение задач		письменно
Тема 6 Учет обязательств предприятия	ОПК-5 ОПК-2	решение задач реферат		письменно устно
Тема 7 Состав и содержание финансовой отчетности	ОПК-5 ОПК-2	тестирование решение задач		письменно
	ОПК-5 ОПК-2		Экзамен	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенции на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Изучение основ бухгалтерской (финансовой) отчетности	Обобщение знаний базовых понятий и закономерностей бухгалтерского учета с учетом отраслевой и иной специфики. Получение умений и навыков отражения хозяйственных операций предприятия в отчетности предприятия	Темы 1,2,3,4,5,6,7
2 Умение формировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность	Получение знаний о составе и принципах подготовки и представления бухгалтерской (финансовой), об особенностях составления отчетности в зависимости от организационно-правовой формы и условий хозяйствования.	Темы 1,2,3,4,5,6,7

Код компетенции	ОПК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Изучение основ бухгалтерского финансового учета	Знание принципа двойной записи и типов учетных записей. Получение умений и навыков отражения хозяйственных операций предприятия на счетах бухгалтерского учета, в учетных регистрах и отчетности предприятия	Темы 1,2,3,4,5,6,7
2 Умение формировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность и использовать показатели отчетности	Приобретение навыков формирования бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета об изменениях капитала, отчета о движении денежных средств, написания пояснительной записки. Освоение общих методических подходов проведения анализа	Темы 1,2,3,4,5,6,7

для обоснования управленческих решений	отчетности.	
--	-------------	--

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-5 - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
	Критерии уровня освоения компетенции			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой сформировать и бухгалтерскую (финансовую) отчетность хозяйствующих субъектов	Знание теории и нормативно-правовой базы бухгалтерского учета и отчетности в части составления отчетности	Знание методологии бухгалтерского учета и отчетности в части составления отчетности предприятия	Умение применять теорию и методологию бухгалтерского учета и отчетности на практике	Тест Реферат Решение задач Экзамен

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Критерии уровня освоения компетенции			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	Тест Реферат Решение задач Экзамен
Способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	Знание теории и нормативно-правовой базы бухгалтерского учета и отчетности в части формирования показателей деятельности предприятия	Знание методологии бухгалтерского учета и отчетности в части формирования показателей деятельности предприятия	Умение применять теорию и методологию бухгалтерского учета и отчетности на практике в целях определения экономических показателей, характеризующие деятельность предприятия	

Шкала оценивания компетенции

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

Шкала оценивания компетенции

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1 Теоретические основы бухгалтерского учета

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Примеры тестовых заданий к теме 1

Бухгалтерский учет осуществляется в рамках

- государства
- отдельного региона
- министерств и ведомств
- отдельной организации

С помощью денежного измерителя

- рассчитывают обобщающие показатели разнородных видов имущества
- исчисляют количество материальных ценностей
- осуществляют контроль за деятельностью организации
- осуществляют контроль за деятельностью подразделений организации.

В пассиве баланса отражаются

- материально-производственные запасы
- резервы предстоящих расходов
- расходы будущих периодов
- основные средства.

Операции четвертого типа (изменение целевого назначения средств) валюту баланса

- уменьшают
- увеличивают
- не изменяют.

Операция: «Краткосрочный кредит банка направлен на погашения долга перед поставщиком» относится к типу

- первому (перемещение)
- второму (вложение)
- третьему (изъятие)
- четвертому (изменение целевого назначения средств).

Активные счета - это счета для учёта

- имущества
- источников образования имущества
- результатов хозяйственной деятельности.

Двойная запись обеспечивает взаимосвязь между

- субсчетами и аналитическими счетами
- счетами и балансом
- счетами.

Тема 7 Состав и содержание финансовой отчетности

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Примеры тестовых заданий к теме 7

1. На основе какого финансового отчета рассчитываются показатели ликвидности предприятия?

- а) Отчет о финансовых результатах.
- б) Бухгалтерский баланс.**
- в) Отчет о движении денежных средств.
- г) Отчет об изменениях капитала.

2. В каком финансовом отчете отражаются результаты деятельности предприятия?

- а) Отчет о финансовых результатах.**
- б) Бухгалтерский баланс.
- в) Отчет о движении денежных средств.
- г) Отчет об изменениях капитала.

3. К внешним пользователям бухгалтерской (финансовой) отчетности относятся

- а) поставщики**
- б) администрация
- в) инвесторы**
- г) менеджеры

4. В пассиве баланса отражается
- материально-производственные запасы
 - кредиторская задолженность**
 - расходы будущих периодов
 - основные средства
5. Операция «В кассу получены денежные средства с расчётного счёта» относится к типу:
- первому (активные пермутации)**
 - второму (пассивные пермутации)
 - третьему (положительные модификации)
 - четвёртому (отрицательные модификации)
6. Валюта баланса - это
- итоговая сумма по балансовым статьям актива или пассива**
 - наличие валюты в кассе организации
 - остаток денежных средств на валютном счёте организации
 - разность между полученной и израсходованной валютой
7. Измерителями отражения данных в бухгалтерской (финансовой) отчётности являются:
- стоимостные**
 - натуральные
 - трудовые
 - натуральные и денежные

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2 Учет внеоборотных активов предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 2:

Задание 1. Организация ввела в эксплуатацию конвейерную линию, первоначальная стоимость которой составила 300 тыс.руб., и установила срок службы объекта – 5 лет. Произвести расчеты годовой и накопленной суммы амортизации, а также остаточной стоимости объекта на конец каждого года, если учетной политикой организации предусмотрено при начислении амортизации использовать:

- 1) линейный способ;
- 2) способ уменьшаемого остатка (коэффициент ускорения 3);
- 3) способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- 4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (объем выпуска продукции за 5 лет составит 30 тыс.шт., в т.ч. 1 год – 6 тыс.шт., 2 год – 8 тыс.шт., 3 и 4 годы – 4 тыс.шт., 5 год – 8 тыс.шт.)

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Общество в соответствии с лицензионным договором списывает с баланса проданный объект нематериальных активов остаточной стоимостью 100 тыс.руб. Сумма накопленной амортизации за период эксплуатации объекта 10 тыс.руб. В пользу посредника начислено вознаграждение за оказанные услуги по продаже объекта 500 руб. Выставлен счет покупателю за проданные нематериальные активы 150 тыс.руб. (кроме того НДС 18% - ?), который был оплачен в безналичном порядке. Определить результат от выбытия объекта.

Задание 3. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Общество приобретает по договору поставки производственное оборудование. Установленная договором стоимость оборудования составляет 590 тыс.руб., в т.ч. НДС 18% – ?. Дополнительно принят к оплате счет консалтинговой организации за оказанные консультационные услуги по выбору оборудования в сумме 1770 руб., в т.ч. НДС 18% – ?. Перечислена с расчетного счета сумма задолженности поставщику оборудования и консалтинговой организации на основании выставленных счетов. По решению комиссии производственное оборудование принято к учету в составе основных средств.

Тема 3 Учет оборотных активов предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 3:

Задание 1. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Акцептован счет поставщика за полученные материалы. По данным сопроводительных документов значится: 1) стоимость материалов по договорным ценам 200 тыс.руб.; 2) НДС 18% – ?; 3) транспортные расходы (ж/д тариф) – 3 тыс.руб.; 4) НДС 18% – ? руб. Кроме того, начислена заработная плата собственным рабочим за разгрузку материалов и произведены отчисления от нее на сумму 2600 руб. Учетной политикой

организации предусмотрено, что оценка поступивших материалов производится по покупным (учетным) ценам.

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

На начало месяца по данным бухгалтерского учета значится остаток материалов по фактической себестоимости в сумме 23 тыс.руб., в т.ч. материалы по покупным (учетным) ценам 21500 руб. и расходы по заготовке материалов 1500 руб. Учетной политикой организации предусмотрена оценка материально-производственных запасов по фактической себестоимости.

Тема 4 Учет капитала предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 4:

Задание 1. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Общество зарегистрировало уставный капитал (ОАО) в сумме 700 тыс.руб. Учредители внесли в счет вкладов денежные средства, иностранную валюту и разное имущество на сумму 620 тыс.руб., в т.ч. наличные деньги 4500 рублей, безналичные денежные средства 14 тыс.руб., безналичные валютные денежные средства 50 тыс.руб., оборудование к установке 20 тыс.руб., административное здание 500 тыс.руб., материалы 25500 рублей, ценные бумаги 6 тыс.руб. По истечении установленного срока размер уставного капитала уменьшен до стоимости фактически оплаченных акций учредителями.

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Зарегистрированный уставный капитал открытого акционерного общества составляет 500 тыс.руб. Уставом общества предусмотрено формирование резервного капитала в размере 5% от уставного капитала путем ежегодных отчислений в размере 6% от чистой прибыли. По данным бухгалтерского учета на конец отчетного года на сч.82 «Резервный капитал» значится 20 тыс.руб. По итогам работы за отчетный год общество получило чистую прибыль в сумме 280 тыс.руб.

Тема 5 Учет финансовых результатов предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 5:

Задание 1. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

В учетной политике торговой организации предусмотрено, что оценка товаров ведется по продажным ценам. Организация розничной торговли за отчетный период продала товаров населению на 141600 руб., в т.ч. НДС 18% - ? По расчету, составленному бухгалтером, реализованная торговая наценка (валовой доход) равна 55 тыс.руб. и расходы на продажу, подлежащие списанию, составили 28 тыс.руб.

Отразить в учете доходы и расходы по обычной деятельности, определить финансовый результат.

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Организация при формировании себестоимости продукции в отчетном месяце произвела следующие расходы:

- списаны материалы 100 тыс.руб.;
- начислена зарплата производственным рабочим 15 тыс.руб.;
- произведены отчисления страховых взносов во внебюджетные фонды - ?;
- начислена амортизация по оборудованию 3500 руб.;
- начислен резерв на ремонт основных средств 900 руб.;
- списаны общехозяйственные расходы 20 тыс.руб.

Остаток незавершенного производства на начало месяца 3500 руб., на конец месяца 1900 руб. В учетной политике предусмотрено, что учет выпуска готовой продукции ведется без применения счета 40.

Рассчитать фактическую себестоимость готовой продукции, а также определить отклонение между фактической себестоимостью и учетной ценой в следующих вариантах:

- 1) в отчетном периоде сдано из производства на склад готовой продукции 144500 руб.;
- 2) в отчетном периоде сдано из производства на склад готовой продукции 145600 руб.

Тема 6 Учет обязательств предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 6:

Задание 1. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Общество дало поручение уполномоченному банку приобрести иностранную валюту в сумме 2000 долларов США для оплаты командировки за границу. По договору купли-продажи иностранной валюты коммерческий курс в банке на дату покупки 41 руб./долл. и вознаграждение банка составляет 1200 руб. Официальный курс Банка России на дату

покупки валюты составлял 40,5 руб./долл., а на дату зачисления денег на валютный счет – 40,75 руб./долл.

В день поступления денежных средств на валютный счет они были сняты по чеку, а затем выданы командированному лицу.

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

Организация купила облигацию муниципального займа за 74600 руб., в т.ч. вознаграждение посреднику за оказанные услуги по покупке ценной бумаги 400 руб. Номинальная цена облигации 80 тыс.руб. Срок погашения наступит через 3 года. Проценты по облигации составляют 5% годовых и выплачиваются по купонам 2 раза в год. По истечении установленного срока облигация была погашена.

Тема 7 Состав и содержание финансовой отчетности

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Типовые контрольные задания к теме 7:

Задание 1. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

По итогам года на основании общего собрания учредителей начислены учредителям доходы от долевого участия в деятельности организации:

- юридическому лицу – 100 тыс.руб.;
- физическому (стороннему) лицу – 50 тыс.руб.;
- физическому лицу (работнику) – 30 тыс.руб.

Произведена выплата доходов учредителям: юридическому лицу перечислено с расчетного счета, физическим лицам выплачено из кассы с удержанием в бюджет налога на доходы физических лиц.

Задание 2. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

По результатам инвентаризации в торговой организации выявлена недостача товаров 500 руб. (согласно учетной политике учет товаров ведется в покупных ценах) и излишки тары на 80 руб. Недостача вызвана физико-химическими свойствами товаров и бухгалтером составлен расчет естественной убыли товаров при хранении в сумме 300 руб. по учетным ценам. Решением руководителя организации недостача сверх норм естественной убыли была отнесена на материально ответственное лицо с возмещением причиненного ущерба по продажной цене товара в размере 235 руб. Виновное лицо погасило недостачу путем внесения денежных средств в кассу.

Задание 3. На основе данных для выполнения задачи отразить на счетах бухгалтерского учета хозяйственные факты (операции).

В кассовой книге организации значится остаток денежных средств на начало отчетного периода 15000 руб. За отчетный период в кассе совершены хозяйственные операции:

- 1) получены в банке по чеку денежные средства на выдачу зарплаты работникам - 30 тыс.руб.;

- 2) выдана заработная плата работникам - 40 тыс.руб.;
 - 3) выплачено поставщику за полученные от него материалы - 20 тыс.руб.;
 - 4) выдано подотчет работникам на хозяйственные нужды - 300 руб.;
 - 5) получено от виновного лица в погашение причиненного материального ущерба - 450 руб.;
 - 6) выплачено разным кредиторам за оказанные услуги - 8500 руб.;
 - 7) поступила выручка от продажи товаров - 45 тыс.руб.;
 - 8) получен от учредителя вклад в уставной капитал - 5000 руб.;
 - 9) предоставлен заем сторонней организации - 6500 руб.;
 - 10) выдана работнику депонированная заработная плата – 1 тыс.руб.;
 - 11) выплачено работнику пособие за счет средств ФСС – 1500 руб.;
 - 12) свободные деньги сданы деньги в банк через инкассатора – 10 тыс.руб..
- Определить остаток в кассе на конец отчетного периода.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена.
Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Тема 1 Теоретические основы бухгалтерского учета

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Темы рефератов

Тема 1. Характеристика базовых принципов бухгалтерского учета

Тема 2. Критерии признания имущества, кредиторской задолженности, дохода, расхода в бухгалтерской (финансовой) отчетности

Тема 3. Характеристика и практическое проявление принципа (допущения) временной определенности фактов хозяйственной деятельности

Тема 4. Особенности концепции развития бухгалтерского учета и отчетности на среднесрочную перспективу

Тема 5. Необходимость и цели реформирования бухгалтерского учета в России

Тема 6. Система нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности в РФ

Тема 7. Применение информационных технологий в учетном процессе

Тема 4 Учет капитала предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Темы рефератов

Тема 1. Способы формирования и учета нераспределенной прибыли

Тема 2. Особенности учета расходов и доходов будущих периодов

Тема 3. Особенности учета расчетов по налогу на прибыль организаций

Тема 4. Особенности учета уставного капитала и расчетов с учредителями и акционерами

Тема 6 Учет обязательств предприятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Темы рефератов

Тема 1. Информационной базой анализа и оценки финансовой устойчивости предприятия

Тема 2. Информационно-аналитические возможности бухгалтерского баланса в оценке финансового состояния предприятия

Тема 3. Методы и методические инструменты анализа финансовой устойчивости.

Тема 4. Нормативное регулирование формирования и представления информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности

Тема 5. Основные показатели, раскрываемые предприятием в бухгалтерской (финансовой) отчетности

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
			обоснованы	обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.

Критерии	Показатели
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Вопросы к экзамену:

1. Нормативное регулирование бухгалтерского учета.
2. Цель, задачи и функции бухгалтерского финансового учета.
3. Предмет и метод бухгалтерского финансового учета.
4. Отличительные признаки бухгалтерского учета (финансового и управленческого).
Понятие налогового учета.
5. Принципы ведения бухгалтерского финансового учета.
6. Формирование бухгалтерской службы.
7. Учетная политика организации.
8. Порядок формирования уставного капитала.
9. Учет формирования уставного капитала.
10. Учет изменения уставного капитала.
11. Учет резервного и добавочного капитала.
12. Характеристика вложений во внеоборотные активы.
13. Понятие и оценка основных средств.
14. Документальное оформление и учет поступления основных средств.
15. Документальное оформление и учет выбытия основных средств.
16. Учет амортизации основных средств.
17. Учет восстановления основных средств.
18. Особенности учета нематериальных активов.
19. Понятие и оценка материально-производственных запасов.
20. Документальное оформление и учет поступления материалов.
21. Документальное оформление и учет выбытия материалов. Учет списания дополнительных затрат (транспортно-заготовительных расходов).
22. Учет выпуска готовой продукции.
23. Особенности учета товаров в торговых организациях.
24. Организация аналитического учета материально-производственных запасов и обеспечение их сохранности.
25. Учет денежных средств в кассе организации.
26. Учет денежных документов и переводов в пути.
27. Учет операций на расчетных и прочих счетах в банке.
28. Особенности учета денежных средств и операций в иностранной валюте.
29. Понятие и оценка финансовых вложений.
30. Учет финансовых вложений.
31. Особенности учета долговых ценных бумаг.
32. Характеристика видов и форм оплаты труда. Документальное оформление и расчет заработной платы и иных доходов работника.
33. Учет удержаний из заработной платы работника.
34. Синтетический и аналитический учет расчетов с персоналом по оплате труда.
35. Учет расчетов с подотчетными лицами.
36. Учет расчетов с персоналом по прочим операциям.
37. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками.
38. Учет расчетов с покупателями и заказчиками.
39. Учет неденежных расчетов.
40. Учет расчетов по кредитам и займам.
41. Учет расчетов по налогам и сборам в бюджет.
42. Учет расчетов по налогу на добавленную стоимость.
43. Учет расчетов по налогу на прибыль.
44. Учет расчетов по социальному страхованию и обеспечению.
45. Учет расчетов с учредителями.
46. Учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами.
47. Учет внутрихозяйственных расчетов.

48. Понятие финансового результата. Классификация и порядок признания доходов и расходов.
49. Понятие издержек производства. Классификация затрат на производство.
50. Учет прямых и косвенных затрат.
51. Калькулирование себестоимости и определение фактической себестоимости продукции (работ, услуг).
52. Особенности учета расходов на продажу.
53. Учет доходов и расходов от обычной деятельности.
54. Учет прочих доходов и расходов.
55. Учет расходов и доходов будущих периодов. Учет прочих резервов.
56. Учет оценочных резервов.
57. Учет конечного финансового результата и определение налогооблагаемой прибыли. Закрытие отчетного года.
58. Учет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка).
59. Принципы составления бухгалтерской (финансовой) отчетности.
60. Нормативно-правовое регулирование бухгалтерской (финансовой) отчетности.
61. Порядок и принципы формирования бухгалтерского баланса
62. Порядок и принципы формирования отчета о финансовых результатах
63. Порядок и принципы формирования отчета об движении денежных средств
64. Исправление ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности
65. Взаимосвязка показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение рефератов, тестов или письменных контрольных работ, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как средневзвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,1	0,2	0,5	1,0
оценка	5	5	5	5	5

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Дмитриева, И. М.

Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ И. М. Дмитриева; И. В. Захаров, О. Н. Калачева ; под ред. И. М. Дмитриевой. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 358 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-03353-3: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

657

Б 943

Бухгалтерский учет: сб. задач/ Рос. гос. ун-т им. И. Канта; [сост. С. Н. Ключко]. - Калининград: РГУ им. И. Канта, 2009. - 76, [2] с.: табл., формы. - 26.98, 26.98, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 68: УБ(66), ч.з. N5(1), ИБО(1)

657

К 509

Ключко, С. Н.

Теория бухгалтерского учета: учеб. пособие/ С. Н. Ключко; Рос. гос. ун-т им. И. Канта. - Калининград: РГУ им. И. Канта, 2010. - 184, [2] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 162-163 (18 назв.). - ISBN 978-5-9971-0103-9: 62.78, 62.78, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 81: УБ(78), ч.з. N5(2), ИБО(1)

657

А 910

Астахов, В. П.

Бухгалтерский (финансовый) учет [Электронный ресурс]: учеб. пособие для бакалавров вузов/ В. П. Астахов; Рос. гос. экон. ун-т. - 10-е изд., перераб. и доп.. - М.: Юрайт, 2012. - 988, [1] с. эл. опт. диск (CD-ROM). - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 960-961. - Лицензия до 20.05.2018 г.. - ISBN 978-5-9916-1815-1: 10214.01, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 1: ЭБС Кантиана(1)

7.3. Дополнительная учебная литература

1. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: практикум/ Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дело и сервис, 2015. - 159 с.

2. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие для вузов/ [Качкова О. Е. [и др.]; под общ. ред. О. Е. Качковой; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 2-е изд., стер. - Москва: КноРус, 2014. - 568 с. - (Бакалавриат).

3. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие для вузов/ В. Г. Широбоков, З. М. Грибанова, А. А. Грибанов. - 2-е изд., стер. - Москва: КноРус, 2014. - 666 с.: табл. - (Бакалавриат)

4. Бухгалтерский учет и анализ: учеб. для вузов/ В. В. Чувилова, Т. Б. Иззука. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 247 с.: ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров).

5. Бухгалтерский учет и анализ: практикум: учеб. пособие для вузов/ [Ю. И. Сигидов [и др.]; под общ. ред. Ю. И. Сигидова, Е. А. Оксанич. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 155 с. - (Высшее образование - бакалавриат).

6. Бухгалтерское дело: учеб. пособие для вузов/ [И. Н. Богатая [и др.]; под ред. Н. Н. Хахоновой. - Москва: КноРус, 2013. - 569, [1] с.: табл. - (Бакалавриат).

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации.

3. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995г. №208-ФЗ.

4. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от

08.02.1998г. №14-ФЗ.

5. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011г. №402-ФЗ.

6. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и отчетности в РФ» от 29.07.1998г. №34н.

7. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» от 06.05.1999г. №32н.

8. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» от 06.05.1999г. №33н.

9. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организаций» ПБУ 4/99» от 06.07.1999г. №43н.

10. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению» от 31.10.2000г. №94н.

11. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01» от 30.03.2001г. №26н.

12. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01» от 09.06.2001г. №44н.

14. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18/02» от 19.11.2002г. №114н.

15. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» ПБУ 17/02» от 19.11.2002г. №115н.

16. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» ПБУ 19/02» от 10.12.2002г. №126н.

17. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» ПБУ 3/06» от 27.11.2006г. №154н.

18. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/07» от 27.12.2007г. №153н.

19. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008» от 06.10.2008г. №106н].

20. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов по займам и кредитам» ПБУ 15/2008» от 06.10.2008г. №107н.

21. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет договоров строительного подряда» ПБУ 2/2008» от 24.10.2008г. №116н

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор, или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...».

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.

4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 09 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 09 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Инвестиционный менеджмент»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	9
4.3. Самостоятельная работа студентов	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	15
6.3.2 Задачи	21
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	26
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине	31
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	33
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	34
7.1. Основная учебная литература	34
7.2. Дополнительная учебная литература	34
7.3. Для самостоятельного изучения	34
7.3. Нормативные документы	34
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	35
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	35

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	39
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	39

Наименование дисциплины (модуля)

«ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Инвестиционный менеджмент» является освоение студентами теоретико-методологических основ осуществления инвестиционной деятельности, получение практических навыков и получение профессиональных компетенций в области управления инвестиционной деятельностью предприятий и организаций.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - категориально-понятий аппарат инвестиционного менеджмента; - виды инвестиционных решений способы организации процесса принятия инвестиционных решений; - виды источников инвестиционных ресурсов и особенности их влияния на рост ценности компании;	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Уметь: - применять подходы к принятию инвестиционных решений; - использовать методы оценки влияния решений по финансированию инвестиций на рост ценности компании; - применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели; - проводить оценку ситуаций, процессов, инвестиционных проектов при различных рисковых условиях; - оценивать условия и последствия принимаемых рисковых инвестиционных решений;		
Владеть: - методическим аппаратом оценки инвестиционно-финансовых ресурсов и стоимости компании; - подходами к принятию инвестиционных решений и решений по финансированию проектов; - методами анализа видов рисков, использования его результаты для принятия инвестиционных решений;		

- способностью разрабатывать сценарии развития организаций (направлений деятельности, продуктов) с учетом выявленных и оцененных рисков;		
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Инвестиционный менеджмент» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.05.02) дисциплин по выбору подготовки студентов по направлению «Менеджмент» профиль «Менеджмент организации».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в маркетинге	Инвестиционный менеджмент	Управление продажами
ОПК-4	Стратегический маркетинг		Коммерческая деятельность
ОПК-4	Менеджмент качества		Бизнес-планирование
ОПК-4	Разработка товарной политики		

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	84,35
Самостоятельная работа	167,65
Часов, всего	252
Зачетных единиц, всего	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Сущность, содержание инвестиционного менеджмента	43	6		8	25	4		
Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности	45	8		8	25	4		
Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта	77	10		8	55	4		
Тема 4. Управление рисками в инвестиционной деятельности	86	8		8	62	8		
Итого	252	32		32	167	20	0,35	0,65
Контактная работа	80,35	32		32		20	0,35	
Самостоятельная работа	167,65				167			0,65
Промежуточная аттестация		Экзамен						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Сущность, содержание инвестиционного	Инвестиции, инвестиционные ресурсы, инвестиционная активность, факторы инвестиционной активности, инвестиционный эффект.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	менеджмента	<p>Реальные инвестиции, финансовые инвестиции, прямые финансовые инвестиции, портфельные инвестиции, долгосрочные инвестиции, краткосрочные инвестиции, национальные инвестиции, зарубежные инвестиции, частные инвестиции, государственные инвестиции, смешанные инвестиции, иностранные инвестиции, совместные инвестиции, валовые инвестиции, чистые инвестиции, разовые инвестиции, начальные инвестиции, экстенсивные инвестиции, реинвестиции.</p> <p>Инвестиционная деятельность, инвестиционные процесс, объекты инвестиционной деятельности, субъекты инвестиционной деятельности, инвестор, заказчик, подрядчик, проектировщик, застройщик, пользователь объектов инвестиционной деятельности.</p> <p>Инвестиционный менеджмент, инвестиционная политика, инвестиционная стратегия, цель инвестиционного менеджмента организации, задачи инвестиционного менеджмента, функции инвестиционного менеджмента, уровни инвестиционного менеджмента.</p>
2.	Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности	<p>источники финансирования инвестиций. Собственные средства инвестора и внутрихозяйственные резервы инвестора: фонд накопления, амортизационный фонд, реинвестируемые внеоборотные активы, реинвестируемые оборотные активы;</p> <p>Заемные источники финансирования инвестиций: инвестиционный кредит, целевой кредит, кредитная линия, облигационный заём;</p> <p>Привлеченные источники финансирования: акционерный капитал, паи, взносы;</p> <p>Бюджетные инвестиционные ресурсы: бюджетное финансирование, бюджетный кредит;</p> <p>Средства иностранных инвесторов.</p> <p>Цена капитала (cost of capital), средневзвешенная стоимость капитала (WACC), цены банковского кредита, цена облигационного займа, цена акционерного капитала, модель роста дивидендов, модель доходности по чистой прибыли, оценка стоимости амортизации, оценка стоимости прибыли до налогообложения, оценка стоимости нераспределенной прибыли.</p> <p>Критерии обеспечения финансовой устойчивости организации, критерии максимизация суммы прибыли от инвестиционной деятельности. Ставка доходности собственного капитала, эффект финансового рычага.</p> <p>Самофинансирование, акционирование, кредитное финансирование, государственное финансирование, отраслевая диверсификация, региональная диверсификация, грант, дотация, долевое участие, гарантирование.</p> <p>Лизинг, объект лизинга, лизинговый договор, лизинговый платеж, лизингодатель, лизингополучатель, лизинговая</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>компания, финансовый лизинг, оперативный лизинг, срочный лизинг, прямой лизинг, косвенный лизинг, возвратный лизинг, лизинг с полным набором услуг, преимущества лизинга, недостатки лизинга.</p> <p>Проектное финансирование, право регресса на заемщика, право ограниченного регресса на заемщика, право полного регресса на заемщика, гарантии инициатора, риск кредитора</p>
3.	Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта	<p>Инвестиционный проект, инвестиционный цикл, инициатор проекта, реальный инвестиционный проекты, проект реконструкции, проект технического перевооружения, проект расширения, проект создания нового бизнеса, проект развития, проект реабилитации, долгосрочный проект, краткосрочный проект, независимые проекты, взаимодополняющие проекты.</p> <p>Методика UNIDO, стадии проекта, прединвестиционная стадия, инвестиционная стадия, эксплуатация проекта, инвестиционное предложение, инвестиционный меморандум, технико-экономическое обоснование инвестиций, технико-экономическое обоснование проекта, жизненный цикл проекта, продолжительность участия в проекте.</p> <p>Бизнес-план, резюме, описание компании и отрасли, описание проетного продукта, описание рынка и конкуренции, инновационность проектного продукта, организация производства, административный план, организационный план, потребность в инвестициях, потребность в первоначальном оборотном капитале, источники финансирования, финансовый план, прогнозный бюджет проекта.</p> <p>Эффект, эффективность, денежный поток, метод дисконтирования, норма дисконта, коэффициент дисконтирования, общая эффективность проекта, интересы участников проекта, финансовая эффективность проекта, общеэкономическая эффективность проекта, бюджетная эффективность проекта, социальная эффективность проекта.</p> <p>Норма дисконта. Кумулятивный метод определения нормы дисконта, норма дисконта по методу WACC, норма дисконта по методу CAPM. Денежный приток, Сумма инвестируемых средств. Расчетный период. Чистый дисконтированный доход. Индекс доходности. Период окупаемости. Дисконтированный период окупаемости, Внутренняя норма доходности. Модифицированная внутренняя норма доходности. Доходы бюджета от проекта. Расходы бюджета в проект. Интегральный бюджетный эффект, Индекс бюджетной эффективности, Период окупаемости бюджетных затрат, Внутренняя норма бюджетной эффективности. Социальная эффективность проекта. Показатели</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		социальной эффективности. Изменение количества рабочих мест, изменение уровня оплаты труда, изменение условий труда, изменение структуры персонала, изменение сменности работы, изменение культурно-бытовых условий работников.
4.	Управление рисками в инвестиционной деятельности	Неопределенность инвестиционной деятельности. Факторы неопределенности. Риск. Инвестиционный риск. Риск реального инвестирования. Риск финансового инвестирования. Систематические риски, Несистематические риски, Временные риски, Постоянные риски, Риски работ по проекту, Риски этапов проекта. Допустимые риски. Недопустимые риски. Ущерб, Степень риска, Уровень риска. Идентификация рисков. Выявление рисков. Описание рисков. Классификация рисков. Факторы проявления рисков. Качественная оценка степени риска. Метод анализа чувствительности инвестиционного проекта, Метод корректировки нормы дисконта, Статические вероятностные методы оценки уровня риска, Метод дерева решений. Риск-менеджмент. Правила инвестиционного риск-менеджмента. Средства воздействия на риск. Избежание риска. Удержание риска. Передача риска, Страхование риска. Самострахование. Прогнозирование риска. Лимитирование, Диверсификация. Приобретение информации.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Сущность, содержание инвестиционного менеджмента	1) Вопросы для обсуждения: Экономическая сущность и содержание инвестиций. Классификация и виды инвестиций. Понятие инвестиционной деятельности, ее объекты и субъекты. Понятие, цели, задачи и функции инвестиционного менеджмента. Особенности разработки инвестиционных решений. 2) Тестирование
2.	Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности	1) Вопросы для обсуждения: Источники финансирования инвестиционной деятельности. Цена основных источников инвестиционных ресурсов. Оптимизация структуры источников финансирования инвестиций. Методы финансирования инвестиционной деятельности, их преимущества и недостатки. Лизинговые операции в инвестиционной деятельности. Проектное финансирование. 2) Тестирование 3) Решение задач
3.	Содержание и структура	1) Вопросы для обсуждения: Понятие инвестиционного проекта, классификация

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта	инвестиционных проектов. Структура и стадии осуществления инвестиционного проекта. Бизнес-план инвестиционного проекта. Эффективность инвестиционного проекта: общие положения. Методы оценка эффективности проекта. Бюджетная и социальная эффективность. 2) Тестирование 3) Решение задач
4.	Управление рисками в инвестиционной деятельности	1) Вопросы для обсуждения: Понятие инвестиционного риска. Виды рисков. Качественный анализ инвестиционных рисков. Методы количественной оценки рисков. Инвестиционный риск-менеджмент: принципы, правила, средства воздействия. 2) Тестирование 3) Решение задач

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Сущность, содержание инвестиционного менеджмента	Экономическая сущность и содержание инвестиций. Классификация и виды инвестиций. Понятие инвестиционной деятельности, ее объекты и субъекты. Понятие, цели, задачи и функции инвестиционного менеджмента. Особенности разработки инвестиционных решений.
2.	Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности	Источники финансирования инвестиционной деятельности. Цена основных источников инвестиционных ресурсов. Оптимизация структуры источников финансирования инвестиций. Методы финансирования инвестиционной деятельности, их преимущества и недостатки. Лизинговые операции в инвестиционной деятельности. Проектное финансирование.
3.	Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта	Понятие инвестиционного проекта, классификация инвестиционных проектов. Структура и стадии осуществления инвестиционного проекта. Бизнес-план инвестиционного проекта. Эффективность инвестиционного проекта: общие положения. Методы оценка эффективности проекта. Бюджетная и социальная эффективность.
4.	Управление рисками в инвестиционной деятельности	Понятие инвестиционного риска. Виды рисков. Качественный анализ инвестиционных рисков. Методы количественной оценки рисков. Инвестиционный риск-менеджмент: принципы, правила, средства воздействия.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"

- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Сущность, содержание инвестиционного менеджмента	ОПК-4	Тестирование, реферат		письменно устно
Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности	ОПК-4	Тестирование, решение задач, реферат		письменно устно
Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта	ОПК-4	Тестирование, решение задач, реферат		письменно устно
Тема 4. Управление рисками в инвестиционной	ОПК-4	Тестирование, решение задач, реферат		письменно устно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
деятельности				
	ОПК-4		Экзамен	Письменно, устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание законодательства, регулирующего инвестиционную деятельность; сущности инвестиций как экономической категории; роли инвестиций на макро- и микроуровне; классификации инвестиций и их структуры; понятия инвестиционных проектов и их классификации; понятия об инвестиционном цикле;	1,2
2	Умение оценивать инвестиционную привлекательность отдельных предприятий, компаний и фирм; оптимизировать структуру источников формирования инвестиционных ресурсов; применять методы оценки инвестиционной привлекательности проектов.	3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой

компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность участвовать в управлении бизнес-планами инвестиционных проектов и формировать инвестиционный портфель	Знание теоретических, методологических и законодательных основ осуществления инвестиционной деятельности;	Знание теоретических, методологических и законодательных основ осуществления инвестиционной деятельности; Умение оценивать инвестиционную привлекательность отдельных предприятий; оптимизировать структуру источников формирования инвестиционных ресурсов;	Знание теоретических, методологических и законодательных основ осуществления инвестиционной деятельности; Умение оценивать инвестиционную привлекательность отдельных предприятий; оптимизировать структуру источников формирования инвестиционных ресурсов; Усвоение инструментария управления инвестиционной привлекательностью предприятия, бизнес-планами инвестиционных	тестирование, решение задач, реферат, экзамен, курсовая работа

			проектов и формирования инвестиционного портфеля	
--	--	--	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции

Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине
--	---	--	--

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Сущность, содержание инвестиционного менеджмента

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Определение инвестирования как отказ от использования доходов на текущее потребление в пользу капиталообразования и ожидаемого расширения потребления в будущем принадлежит:
Сущностью инвестирования является?

Варианты ответов

- П. Самуэльсону
- А. Смиту
- Дж. Кейнсу

- выбор площадки и определение мощности предприятия
- маркетинг рынка для определения производственной программы
- вложение средств, отвлеченных от непосредственного потребления, с целью получения прибыли и достижения социального эффекта

- увеличения золотовалютных резервов страны
- создания товарно-материальных ценностей, получения чистых выгод в будущем и достижения экономического роста
- повышения материального благосостояния населения

- осуществления расширенного воспроизводства материальных ценностей, обеспечивающего рост национального дохода
- обеспечения стабильного финансового состояния

Инвестиции представляют собой вложения в экономику (в различные элементы совокупного капитала, включая человеческий капитал) с целью:

Инвестиции на макроэкономическом уровне являются основой для:

Инвестиции - это?

предприятия и максимизации прибыли в долгосрочном периоде

- осуществления модернизации, расширения действующего производства или нового строительства
- покупка оборудования и машин со сроком службы до одного года
- вложение капитала с целью последующего его увеличения
- покупка недвижимости и товаров длительного пользования
- операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение выгод в течение периода, превышающего один год

Что лежит в основе деления инвестиций на реальные, финансовые и инвестиции в нематериальные активы?

- воспроизводственные формы
- стадии инвестиционного процесса
- объекты инвестиций
- субъекты инвестиционной деятельности

Финансовыми инвестициями являются вложения в:

- ценные бумаги
- основные фонды
- оборотные средства
- недвижимость

К реальным инвестициям относятся вложения в:

- акции реального сектора экономики
- основные фонды
- банковские депозиты

Какой вид инвестиций не включается в нематериальные активы?

- кредиты банка
- «ноу-хау», патенты, изобретения
- подготовка кадров для будущего производства
- приобретение лицензий, разработка торговой марки и др.

Какой вид вложений не входит в состав инвестиций в нефинансовые активы?

- инвестиции на приобретение земельных участков
- вложения в капитальный ремонт основных фондов
- инвестиции в нематериальные активы
- вложения в ценные бумаги других юридических лиц, в облигации местных и государственных займов

Прямые инвестиции - это?

- вложение средств в покупку акций, не дающих право вкладчиков влиять на функционирование предприятий и составляющих менее 10% акционерного капитала предприятия
- инвестиции, сделанные прямыми инвесторами, полностью владеющими предприятием или контролирующими не менее 10% акций или акционерного капитала предприятия
- торговые кредиты

Портфельные инвестиции - это?

- покупка акций в размере менее 10% акционерного капитала предприятия
- покупка акций в размере более 10% акционерного капитала предприятия
- торговые кредиты

Портфельные инвестиции осуществляются?

- в сфере капитального строительства
- в инновационной сфере

- в сфере обращения финансового капитала

Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Варианты ответов

Источники краткосрочного финансирования:

- банковский кредит до одного года
- средства финансовых компаний
- товарный кредит
- факторинговые операции
- все ответы верны

Идентификация рисков инновационной деятельности осуществляется на основе:

- отсутствие прибыли
- выявления наиболее существенных признаков, характеризующих неблагоприятность ситуации или ее последствий
- нет правильного ответа

Источники финансирования, относящиеся к заемным средствам организации:

- задолженность перед бюджетом
- кредиторская задолженность
- полученные займы
- все ответы верны

Платеж по исключительному лицензионному договору, поступивший единовременно, после передачи лицензиаром лицензиату технической документации на объект лицензии:
платежи по лицензионному договору, поступающие ежемесячно в виде процента от реализации продукции, выпущенной по лицензии:

- паушальный платеж
 - роялти
 - единовременный платеж
-
- паушальный платеж
 - роялти
 - единовременный платеж

При оценке риска инновационного проекта коэффициент Z - стандартное отклонение:

- рассчитывается математически
- рассчитывается статистически
- не рассчитывается

Укажите, кто является возможным участником инновационного процесса:

- инвесторы
- исследователи и разработчики
- потребители; промышленники
- предприниматели и
- коммерсанты
- все ответы верны

Укажите, что является компонентами инновационной внутренней среды:

- инновационный потенциал
- организационная инновационная культура
- персонал организации
- технология производства
- все ответы верны

Факторы, повышающие стоимость лицензии:

- предоставление лицензиату сбытовой сети лицензиара на отдельных рынках
- невозможность демонстрации объекта
- лицензии в промышленных условиях
- нет правильного ответа

Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Денежные средства и ценные бумаги, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли, – это:

Каким показателем оценивают социально-экономические последствия инвестиций:

- Варианты ответов
- факторинг
- банковский кредит
- лизинг
- инвестиции
- факторинг
- лизинговая операция
- общественная эффективность
- фондоотдача основных средств
- оборотные средства
- банковский кредит

Расчёт финансовой эффективности инновационного проекта проводится методом:

- дисконтированного денежного потока
- окупаемости капиталовложений
- определения доходности активов
- внешней нормы доходности

Инвестиционный проект – это:

- создание сезонного запаса материалов
- авансирование поставщика комплектующих
- вложение капитала с целью последующего получения дохода
- спонсорский взнос на создание памятника

Одним из критериев эффективности инвестиционных решений является условие:

- чистая прибыль не должна превышать суммы прибыли от помещения
- аналогичной суммы на банковский депозит
- чистая прибыль не должна быть меньше темпов инфляции
- экономическая рентабельность активов не должна быть больше
- средней процентной ставки за кредит
- дисконтированный денежный приток не должен превышать
- дисконтированный денежный отток

Цена капитала предприятия – это:

- совокупность собственного и оборотного капитала
- затраты по привлечению финансовых ресурсов
- совокупность затрат, выраженная в процентном отношении к величине капитала
- процентное соотношение собственного и заемного капитала

Что не учитывается при определении цены капитала предприятия:

- краткосрочные кредиты
- долгосрочные кредиты
- уставный капитал предприятия
- облигационные займы

Рыночная стоимость предприятия – это:

- совокупность финансовых расчетов между предприятиями
- денежные потоки предприятия
- текущая стоимость активов предприятия
- чистая текущая стоимость дисконтированных денежных потоков

В расчёте цены капитала предприятия не участвует:

- долгосрочные кредиты
- краткосрочные кредиты
- обыкновенные акции
- нераспределённая прибыль

Тема 4. Управление рисками в инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Текст вопроса

Кредитный риск инвестора при реализации инновационного проекта состоит в:

Варианты ответов

- отсутствие результата проекта
- невыплате инноватором основного долга и процентов за предоставленный кредит, а также в несвоевременности платежей по кредитному договору
- нет правильного ответа

Кредитный риск инноватора при реализации инновационного проекта состоит в:

- прекращении финансирования инновационного проекта
- задержки в финансировании
- нет правильного ответа

Лeverедж в инновационной деятельности характеризует:

- потенциальную возможность влиять продвижение инноваций на рынке
- потенциальную возможность влиять на валовой доход или прибыль за счет изменения структуры себестоимости и объема выпуска продукции (услуг)
- нет правильного ответа

Неопределенность в инновационном проекте увеличивается, риск:

- возрастает
- отсутствует
- минимален

Показатель, лучше всего характеризующий эффективность системы управления рисками инновационной деятельности:

- доход
- сокращение убытков производственно-хозяйственной
- деятельности
- валовая прибыль

При значении Z-счета Альтмана менее 1,8:

- минимальна вероятность банкротства
- максимальна вероятность банкротства
- отсутствие вероятности банкротства

Расходы, которые влияют на поток денежных средств:

- оплата труда
- расходы на покупку оборудования
- расходы по приобретению сырьевых ресурсов
- уплата налогов
- все ответы верны

Риск, являющийся внутренним для предприятий и организаций при реализации инновационных проектов:

- снижение инновационного потенциала компании
- задержки в финансировании
- все ответы верны

Эффект финансового рычага образуется за счет:

- превышения рентабельности активов над ценой привлечения заемных средств
- превышения собственных средств над ценой привлечения заемных средств
- нет правильного ответа

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

ЗАДАЧА 1

Определите сумму средств, необходимых для финансирования капитальных вложений в предстоящем году, если:

- предполагаемое высвобождение денежных средств за счет снижения остатка оборотных средств составляет 20 млн. руб.;
- фактические остатки кредиторской задолженности на начало года - 150 млн. руб.;
- устойчивые пассивы на конец года – 50 млн. руб.;
- объем строительно-монтажных работ – 1200 млн. руб.

ЗАДАЧА 2

Рассчитайте среднюю взвешенную стоимость инвестиционных ресурсов, если:

- будущие держатели 1000 обыкновенных акций номиналом 1000000 руб., размещенных по номиналу, ожидают дивиденд в размере не менее 25% годовых;
- купонный доход 1000 облигаций, номиналом 100000 руб.;
- рассчитывается исходя из 30% годовых.

ЗАДАЧА 3

Стоимость сдаваемого в лизинг оборудования – 500 млн. руб. Срок лизинга – 2 года. Норма амортизационных отчислений на полное восстановление оборудования – 10% годовых. Процентная ставка по привлекаемому кредиту – 30% годовых. Согласованный процент комиссии по лизингу – 4% годовых. Лизингодатель оказывает пользователю ряд услуг по техническому осмотру оборудования и консультации, за что взимаются командировочные расходы в сумме 2,5 млн. руб., а оплата консультаций – 3,5 млн. руб. Рассчитайте величину лизинговых платежей.

ЗАДАЧА 4

Инвестиции в каждый из двух проектов составляют по 600 млн. руб. Поступление доходов по трем годам от первого проекта составили: 80 млн. руб., 90 млн. руб., 70 млн. руб., а по второму проекту – 60 млн. руб., 60 млн. руб. и 100 млн. руб. Определить экономически более выгодный проект при ставке сравнения 12%.

ЗАДАЧА 5

Имеются два контракта на возведение одного и того же объекта в 300 млн. руб. и 600 млн. руб. Предполагается привлечение кредита на срок 4 года под 20% годовых или на срок 5 лет под 25% годовых. Определить экономически выгодный вариант строительства при ставке сравнения 18%.

ЗАДАЧА 6

Определите рыночную стоимость объекта недвижимости, характеризуемого величиной чистой операционной прибыли в 3100 млн. руб. и нормой капитализации в 8,5 %.

ЗАДАЧА 7

На основе приведенных ниже данных требуется:

Определить на планируемый год общую величину прибыли, чистую прибыль и прибыль, направляемую на инвестиции.

Направления работы по наращиванию отчислений на развитие предприятия за счет повышения эффективности инвестирования и использования потенциала.

Для решения поставленных задач используется следующая информация:

Показатели	Планируемый год
1. Производство продукции, шт.	
Изделие А	1500
Изделие Б	750
Изделие В	120
Цена единицы продукции, руб.	
Изделие А	245
Изделие Б	495
Изделие В	5050
Подготовленное к реализации оборудование	
Количество, ед.	10
Средняя балансовая стоимость, тыс. руб.	23
Средний коэффициент износа	0,5
Рыночная цена, тыс. руб.	24
Налог на имущество, муниципальные налоги, тыс. руб.	60,6
Отчисления от прибыли, коэффициент	
Фонд накопления	0,45
Фонд потребления	0,30
Резервный и др. фонды	0,05
5. Льготы по налогу на прибыль, тыс. руб.	60
6. Рентабельность продукции, %	16
7. Отчисление от прибыли в бюджет, %	24

При принятии решений о самофинансировании инвестиций учтено, что данная величина в

рассматриваемом случае должна соответствовать сумме фонда накопления и нераспределенной прибыли.

ЗАДАЧА 8

На основе приведенных ниже данных и данных задачи 10 требуется определить:

- величину притока и оттока денежных средств с учетом дисконты;
- сумму средств, которая может быть использована в качестве источника финансирования инвестиций.

На планируемый год предполагается получить кредит на год в сумме 75 тыс. рублей под 25 % годовых. Процентная ставка ЦБ РФ 14 процентов годовых.

Рост краткосрочных пассивов за год прогнозируется в сумме 25 тыс. руб.

Капитальные затраты в виде выполняемого объема строительно-монтажных работ, приобретения необходимого оборудования, осуществления подготовки производства, пуско-наладочных и других работ оценены на рассматриваемый период в сумме 165 тыс. руб.

Прирост оборотных средств с учетом ускорения оборачиваемости по сравнению с базисным годом составит 99 тыс. руб.

Расчет потоков денежных средств может быть проведен по форме, приведенной ниже.

Показатели	Планируемый год	
	тыс. руб.	в % к итогу
1. Приток средств – Всего		
в том числе		
1.1 Рост собственного капитала		
1.2 Получение займов		
1.3 Рост текущих пассивов		
1.4 Реализация продукции		
1.5 Прочая реализация и внереализационные доходы (результат)		
2. Отток средств – Всего		
в том числе		
2.1 Рост постоянных активов		
2.2 Увеличение текущих активов		
2.3 Текущие затраты		
2.4 Выплаты по кредитам		
2.5 Уплата налогов		
2.6 Дивиденды		
3. Баланс денежных средств		
Превышение притока над оттоком (+); оттока над притоком (-)		
4. Коэффициент дисконтирования		
5. Баланс денежных средств с учетом дисконты (стр.3 x стр.4)		

Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности,

Код компетенции	Содержание компетенции
	разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

ЗАДАЧА 1

По инвестиционному проекту известны данные о суммах инвестиционных вложений и прогнозируемой величине денежного потока от производственной деятельности (млн. руб.):

Показатель	Шаги расчета (год)					
	0	1	2	3	4	5
Инвестиции	15	5				
Денежный поток от производственной деятельности			5	8	10	10

1. Рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта: чистый дисконтированный доход, индекс доходности, срок окупаемости и внутреннюю норму рентабельности. Ставку дисконта принять равной 14 %.
2. Определить, как изменится величина перечисленных показателей при изменении ставки дисконта до 20 %.
3. Сделать выводы.

ЗАДАЧА 2

Сравнить, какой из вариантов инвестиционных вложений наиболее эффективен. Ставка дисконта по сравниваемым вариантам равна 14 %. Сделать выводы.

Показатель	Шаги расчета (год)					
	0	1	2	3	4	5
Проект А						
Первоначальные инвестиции	15	5				
Денежный поток от производственной деятельности			5	8	10	10
Показатель	Шаги расчета (год)					
	0	1	2	3	4	5
Первоначальные инвестиции	15	5				
Денежный поток от производственной деятельности			10	10	8	5

ЗАДАЧА 3

По инвестиционному проекту известны данные о суммах инвестиционных вложений и прогнозируемой величине денежного потока от производственной деятельности (млн. руб.):

Показатель	Шаги расчета (год)					
	0	1	2	3	4	5
Инвестиции	10	5				

Денежный поток от производственной деятельности			5	6	7	7
---	--	--	---	---	---	---

1. Рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта: чистый дисконтированный доход, индекс доходности, срок окупаемости и внутреннюю норму рентабельности. Ставку дисконта принять равной 13%.
2. Определить, как изменится величина перечисленных показателей при изменении ставки дисконта до 19 %.
3. Сделать выводы.

ЗАДАЧА 4

На основе приведенных ниже данных требуется определить:

Окупаемость капитальных затрат. Простую норму прибыли.

Основные направления работы, обеспечивающие повышение экономической эффективности инвестиций.

Объем реализации продукции за рассматриваемые периоды составит 11000 тыс. руб.; прирост реализации за счет капитальных затрат равен 20%; рентабельность производства 18%; капитальные затраты периодов 450 тыс. руб. Отчисления от прибыли в бюджет 20%.

Тема 4. Управление рисками в инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

ЗАДАЧА 1.

Пусть задано 3 инвестиционных проекта, данные по которым приведены в таблице.

Определить наименее рискованный проект.

Проект	Прибыль, ден.ед.	Число случаев, n	Общее число случаев, N	Доля вероятности, P _i
А	15	7	30	
	30	11	30	
	35	6	30	
	-20	4	30	
	-40	2	30	
Б	65			0.2
	45			0.4
	20			0.1
	-15			0.2
	-25			0.1
В	50	10	60	
	30	15	60	
	15	20	60	
	-10	10	60	
	-20	5	60	

ЗАДАЧА 2

Пусть задана матрица затрат (прибыли), сведенная в табл. 1 размером 5 x 6. Принять

наилучшее решение по затратам и прибыли по 4 критериям.

Требуется осуществить выбор наилучшей альтернативы по критериям: Байеса-Лапласа; Вальда, Сэвиджа и Гурвица.

ЗАДАЧА 3

В состав портфеля включены два вида ценных бумаг: акции (x_1) с ожидаемой доходностью $m_1 = 15\%$ и облигации (x_2) с доходностью $m_2 = 6\%$. Стандартное отклонение акций $\sigma_1 = 23\%$, облигаций $\sigma_2 = 9\%$. Варьируя портфельными весами активов, выбрать оптимальную его структуру с точки зрения применяемого типа активов. Расчеты выполнить для пяти значений коэффициентов парной корреляции $r_{ij} = -1,0; -0,6; 0; 0,2; 1,0$.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена.

Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Сущность, содержание инвестиционного менеджмента

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Инвестиции и инвестиционная деятельность.
2. Экономическое содержание инвестиционной деятельности в России.
3. Инвестиции в ценные бумаги.

Тема 2. Формирование структуры источников, методы и формы финансирования инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Сущность методов финансирования. Финансовые ресурсы и капитал. Источники финансовых ресурсов.
2. Источники собственных средств
3. Инвестиции предприятия и формирование их портфеля.
4. Организация кредитования капитальных вложений.
5. Особенности организации и финансирования инновационной деятельности

Тема 3. Содержание и структура инвестиционного проекта. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Виды переустройства предприятий: новое строительство, расширение, реконструкция, техническое переоснащение.
2. Необходимость составления инвестиционного проекта.
3. Направления работ по обоснованию потребности в производстве и реализации продукции: оценка производственной мощности; выбор технологического оборудования; определение сырьевой базы и потребности в материалах и полуфабрикатах; обоснование пункта строительства.
4. Экономическое обоснование инвестиционных проектов.

Тема 4. Управление рисками в инвестиционной деятельности

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Темы рефератов

1. Управленческого воздействия на риски в инвестиционной деятельности.
2. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов.
3. Управление рисками и доходностью в портфельном инвестировании.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none">- актуальность проблемы и темы;- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none">- соответствие плана теме реферата;- соответствие содержания теме и плану реферата;- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;- обоснованность способов и методов работы с материалом;- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none">- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none">- правильное оформление ссылок на используемую литературу;- грамотность и культура изложения;- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;- соблюдение требований к объему реферата;- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none">- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;- литературный стиль.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к экзамену:

1. Понятие инвестиций.
2. Классификация инвестиций.
3. Инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений: объекты и субъекты, права, обязанности и ответственность.
4. Нормативно-правовое регулирование инвестиционной деятельности.
5. Понятие инвестиционного процесса.
6. Участники инвестиционного процесса.
7. Экономическая сущность, значение и цели инвестирования.
8. Классификация источников финансирования реальных инвестиций.
9. Собственные средства как источник финансирования инвестиций.
10. Заемные средства как источник финансирования инвестиций.
11. Сущность и экономическая природа инвестиционного риска.
12. Механизм инвестиционного рынка.
13. Цена авансированного капитала.
14. Полное внутреннее самофинансирование.
15. Бюджетное финансирование инвестиций.
16. Финансирование через механизмы рынка капитала (акционирование и методы долгового финансирования).
17. Привлечение капитала через кредитный рынок.
18. Лизинг, виды и преимущества.
19. Венчурное финансирование инвестиций.
20. Проектное финансирование инвестиций.
21. Ипотечное кредитование.
22. Понятие и содержание инвестиционного проекта.

23. Классификация инвестиционных проектов.
24. Фазы развития инвестиционного проекта.
25. Требования международных и российских стандартов к оформлению бизнес-плана.
26. Бизнес-план: понятие и основные разделы.
27. Общая логика оценки инвестиционного проекта.
28. Критерии и методы оценки инвестиционных проектов.
29. Статистические методы оценки эффективности инвестиций.
30. Динамические методы оценки эффективности инвестиций.
31. Бюджетная эффективность и социальные результаты реализации инвестиционных проектов.
32. Организация инвестиционного процесса на рынке недвижимости.
33. Особенности инвестиционных проектов с иностранными инвестициями.
34. Режим функционирования иностранного капитала в России.
35. Финансовые рынки.
36. Финансовые институты.
37. Финансовые инструменты: сущность и классификация.
38. Первичные финансовые инструменты.
39. Производные финансовые инструменты.
40. Цена и доходность облигаций.
41. Цена и доходность акций.
42. Цена и доходность векселей и депозитных сертификатов.
43. Риски вложений в ценные бумаги, методы их снижения.
44. Доходность и риск в оценке эффективности инвестиций в ценные бумаги.
45. Рейтинги ценных бумаг.
46. Понятие инвестиционного портфеля.
47. Типы портфеля, принципы и этапы формирования.
48. Доход и риск по портфелю.
49. Модели формирования портфеля инвестиций.
50. Основные стратегии управления портфелем.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен

литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,2	0,2	0,4	
оценка					

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Яцко В. А.

Инвестиционный менеджмент. Практикум: учебное пособие

Новосибирский государственный технический университет 2019

7.2. Дополнительная учебная литература

Лавровский Б.Л., Позднякова И.В.

Инвестиционный менеджмент: учеб. пособие

Новосибирский государственный технический университет 2017

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Бизнес-планирование: учебник/ [Л. В. Бобков [и др.] ; под ред.: Т. Г. Попадюк, В. Я. Горфинкеля. - М.: Вуз. учеб.; Москва: ИНФРА-М, 2014. - 294 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
2. Брусов, П. Н. Инвестиционный менеджмент: учеб. для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова, Н. И. Лахметкина. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 331, с. *Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1).*
3. Брусов, П. Н. Современные корпоративные финансы и инвестиции: монография/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова, Н. П. Орехова; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - М.: КНОРУС, 2014. - 517 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
4. Брусов, П. Н. Финансовая математика: учеб. пособие для вузов/ П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 479 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
5. Гончаренко, Л. П. Менеджмент инвестиций и инноваций: учеб. для вузов/ Л. П. Гончаренко. - Москва: КНОРУС, 2014. - 159 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
6. Лахметкина, Н. И. Инвестиционная стратегия предприятия: учеб. пособие для вузов/ Н. И. Лахметкина. - 7-е изд., стер. - Москва: КНОРУС, 2014. - 230 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
7. Лукасевич, И. Я. Инвестиции: учеб. для вузов/ И. Я. Лукасевич. - М.: Вуз. учеб.; М.: ИНФРА-М, 2013. - 411 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
8. Управление проектами и программами: [монография]/ В. З. Черняк [и др.] ; под ред. В. З. Черняка. - Москва: АСВ, 2013. - 398 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*
9. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций/ А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. - 9-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 543 с.
10. Инвестиционный менеджмент: учеб. для вузов/ С. Е. Метелев [и др.]; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Рос. гос. торг.-экон. ун-т", Омск. ин-т (филиал). - Омск: Омскбланкиздат, 2013. - 288 с. *Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1).*

7.3. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. закон № 51-ФЗ: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.].
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая, вторая) [Текст]: [Федер. законы № 146-ФЗ, № 117-ФЗ: принят Гос. Думой 16 июл. 1998 г.].
4. Федеральный закон «Об акционерных обществах» [Текст]: [Федер. закон № 208-ФЗ: принят Гос. Думой 24 нояб. 1995 г. (ред. от 29.06.2015, с изм. от 29.12.2015)].
5. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Текст]: [Федер. закон № 14-ФЗ: принят Гос. Думой 8 февр. 1998 г. (ред. от 29.12.2015)].

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «ЛАНЬ»

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения "я".

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;

- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;

- употребляйте только понятные аудитории термины;

- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;

– ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.

– постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

– начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;

– огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;

– не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);

– поблагодарите слушателей за внимание

– старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Иностранный язык»
(английский)**

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ)»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	7
4.2. Тематика практических занятий	10
4.3. Тематика самостоятельных работ	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	15
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	18
6.3.1 Тестовые задания	18
6.3.2 Темы презентаций	50
6.3.3 Письменные работы	53
6.3.4 Устный ответ	60
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	67
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	80
7.1. Основная учебная литература	80
7.2. Дополнительная учебная литература	80
7.3. Для самостоятельной работы	81
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:	81
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	81

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	83
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	83

Наименование дисциплины (модуля)

«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ)»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык (английский)» является формирование у студентов компетенций, предоставляющих возможность успешного использования иностранного (английского) языка в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - основные фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личностной и профессиональной коммуникации на уровне В2; - наиболее употребительную лексику общего языка на уровне В2 и базовую терминологию в своей профессиональной области. - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры.	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Уметь: - использовать		

<p>иностранный язык в межличностном общении и в профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать и использовать языковые материалы в устном и письменном виде речевой деятельности на иностранном языке - использовать на практике приобретенные учебные умения, в том числе определенные приемы умственного труда; - осуществлять устное и письменное иноязычное общение в соответствии со своей сферой деятельности. 		
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и межкультурном общении на иностранном языке; - стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров; - навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке. 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Иностранный язык (английский)» представляет собой дисциплину обязательной части (Б1.О.01) дисциплин (модулей) подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-4		Иностранный (английский) язык	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы
			Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 1 и 2 курсах в 1,2,3,4 семестрах.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	
Лабораторные	-
Практические	232
Контролируемая самостоятельная работа	16
Индивидуальная контактная работа	1,1
Часов аудиторных занятий, всего	249,1
Самостоятельная работа	182,9
Часов, всего	432
Зачетных единиц, всего	12

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем	Всего	В том числе
-----------------------------	-------	-------------

дисциплины/ модуля	(часы)	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Начало	54			26	26	2		
Тема 2. Социальные вопросы	53			26	25	2		
Тема 3. Свободное время	33			20	12	1		
Тема 4. Истории	35			22	12	1		
Тема 5. Идеи	39			22	15	2		
Тема 6. Возраст	36			26	8	2		
Тема 7. Средства массовой информации	35			26	7	2		
Тема 8. Поведение	46			20	25	1		
Тема 9. Проблемы	48			22	25	1		
Тема 10. Культура	49			22	25	2		
Итого	432			232	180	16	1,1	2,9
Контактная работа	249,1					16	1,1	
Самостоятельная работа	182,9				180			2,9
Промежуточная аттестация	зачет, экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Начало	Грамматика: прямые/косвенные вопросы, Present Perfect и Past Simple, time phrases. Лексика: Personality, feelings, word formation, discussing experiences

		<p>Аудирование: Speed flatmating</p> <p>Письмо: an informal email; learn to check your work for accuracy</p> <p>Говорение: polite enquiries/вежливые просьбы.</p>
2	Социальные вопросы	<p>Грамматика: Present Perfect Simple, Present Perfect Continuous, the Passive</p> <p>Лексика: social issues: verbs and nouns with the same form</p> <p>Аудирование: Surveillance society</p> <p>Письмо: A letter of complaint; learn to use formal written language</p> <p>Говорение: Обсуждение благотворительности и социальных вопросов, обсуждение общества наблюдения- Roleplay</p>
3.	Свободное время	<p>Грамматика: used to, would; be/get used to, Future forms: going to, Present continuous, present simple, will, be likely to, might, could</p> <p>Лексика: good and bad behavior, uncountable and plural nouns</p> <p>Аудирование: A radio programme about a niche travel. Listen to description of two TV gameshows</p> <p>Письмо:an opinion essay about leisure time; learn to use linkers in an opinion essay</p> <p>Говорение: talk about holidays; talk about playing games and sports; discuss bad habits and how to prevent them / should have</p>
4.	Истории	<p>Грамматика: narrative tenses, wishes and regrets: I wish / if only</p> <p>Лексика: Sayings; regrets: multi-word verbs</p> <p>Аудирование: Listening to a radio programme about very short stories. Listen to people recommending books</p> <p>Письмо: Write a story; learn to use adverbs in stories; learn to use adverbs in stories</p> <p>Говорение: Tell a personal anecdote, talk about wishes and regrets. Talk about reading habits; learn to summarize a plot, talk about a favourite book.</p>
5.	Идеи	<p>Грамматика: Articles. Conditionals: review of zero, first and second conditionals; as long as, unless, providing that</p> <p>Лексика: change; compound nouns, advertising, adjectives to describe ideas</p> <p>Аудирование: listen to a programme about advertising; listen to people brainstorming</p> <p>Письмо: write a report; learn to make written comparisons</p> <p>Говорение: talk about the effects of inventions; discuss advertising tactics; brainstorm ideas on “how to’ topic; learn to show reservations</p>

6.	Возраст	<p>Грамматика: modal verbs and phrases for obligation, prohibition, permission and ability, future perfect and Future Continuous</p> <p>Лексика: age; word formation, nouns from verbs, optimism and pessimism; verb= noun collocations, collocations about living longer</p> <p>Аудирование: listen to a radio programme about writing letters to your future self; listen to a radio phone-in programme about life's milestones</p> <p>Письмо: write a letter to your future self: learn to use linkers of purpose</p> <p>Говорение: talk about different ages; discuss similarities and differences between generations; talk about your future hopes and plans; role play a radio phone-in; learn to ask for clarification; plan and take part in a debate</p>
7.	Средства массовой информации	<p>Грамматика: quantifiers: a good deal of, little, a little, every, a few, quite a few, several, plenty of, lots of, no. Reported speech</p> <p>Лексика: television: multi-word verbs with more than one meaning; reporting verbs; the press</p> <p>Аудирование: listen to an expert talking about hoax photographs; listen to people talking about recent news stories</p> <p>Письмо: a discursive essay; learn to use linkers of contrast</p> <p>Говорение: Talk about 'must-see' TV; express strong reactions; retell a news story</p>
8.	Поведение	<p>Грамматика: conditionals: second, third and mixed conditionals; -ing forms and infinitive</p> <p>Лексика: collocations connected to decision-making; feeling phrases; idioms connected to time, adjectives of manner</p> <p>Аудирование: listen to people talking about their attitudes to time; listen to a radio programme about people's daily rhythms; listen to someone talking through an awkward situation</p> <p>Письмо: write an informal article; learn to use an informal style in an article</p> <p>Говорение: discuss difficult decisions; talk about your attitude to time; talk about how to handle awkward situations; role play an awkward situation; learn to soften a message</p>
9.	Проблемы	<p>Грамматика: -ing forms and infinitive with different meanings; past modals of deduction</p> <p>Лексика: crime; synonyms for verbs connected to scams; verbs= dependent prepositions; verb phrases for incidents</p> <p>Аудирование: listen to people talking about getting tricked; listen to someone reporting an incident</p> <p>Письмо: write an advice to help visitors to your city; learn to avoid repetition</p> <p>Говорение: discuss how good a witness you are; talk about what you would do in difficult situations; speculate about how scams work; role play reporting an incident; learn to rephrase</p>
10.	Культура	<p>Грамматика: relative clauses; participle clauses</p> <p>Лексика: adjectives to describe films; the arts; two-parts phrases; do and don'ts, pros and cons etc.; phrases to describe art;</p> <p>Аудирование: listen to a film review on a radio programme; listen to tours of two different places</p> <p>Письмо: write a film review; learn to write more descriptively</p>

		Говорение: talk about films; talk about popular culture and arts experience; learn to express estimates; role play showing a visitor around part of your town
--	--	--

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Начало	Грамматика: прямые/косвенные вопросы, Present Perfect и Past Simple, time phrases. Лексика: Personality, feelings, word formation, discussing experiences Аудирование: Speed flatmating Письмо: an informal email; learn to check your work for accuracy Говорение: polite enquiries/вежливые просьбы.
2	Социальные вопросы	Грамматика: Present Perfect Simple, Present Perfect Continuous, the Passive Лексика: social issues: verbs and nouns with the same form Аудирование: Surveillance society Письмо: A letter of complaint; learn to use formal written language Говорение: Обсуждение благотворительности и социальных вопросов, обсуждение общества наблюдения- Roleplay
3.	Свободное время	Грамматика: used to, would; be/get used to, Future forms: going to, Present continuous, present simple, will, be likely to, might, could Лексика: good and bad behavior, uncountable and plural nouns Аудирование: A radio programme about a niche travel. Listen to description of two TV gameshows Письмо: an opinion essay about leisure time; learn to use linkers in an opinion essay Говорение: talk about holidays; talk about playing games and sports; discuss bad habits and how to prevent them / should have
4.	Истории	Грамматика: narrative tenses, wishes and regrets: I wish / if only Лексика: Sayings; regrets: multi-word verbs Аудирование: Listening to a radio programme about very short stories. Listen to people recommending books Письмо: Write a story; learn to use adverbs in stories; learn to use adverbs in stories Говорение: Tell a personal anecdote, talk about wishes and regrets. Talk about reading habits; learn to summarize a plot, talk about a favourite book.

5.	Идеи	<p>Грамматика: Articles. Conditionals: review of zero, first and second conditionals; as long as, unless, providing that</p> <p>Лексика: change; compound nouns, advertising, adjectives to describe ideas</p> <p>Аудирование: listen to a programme about advertising; listen to people brainstorming</p> <p>Письмо: write a report; learn to make written comparisons</p> <p>Говорение: talk about the effects of inventions; discuss advertising tactics; brainstorm ideas on “how to” topic; learn to show reservations</p>
6.	Возраст	<p>Грамматика: modal verbs and phrases for obligation, prohibition, permission and ability, future perfect and Future Continuous</p> <p>Лексика: age; word formation, nouns from verbs, optimism and pessimism; verb= noun collocations, collocations about living longer</p> <p>Аудирование: listen to a radio programme about writing letters to your future self; listen to a radio phone-in programme about life’s milestones</p> <p>Письмо: write a letter to your future self: learn to use linkers of purpose</p> <p>Говорение: talk about different ages; discuss similarities and differences between generations; talk about your future hopes and plans; role play a radio phone-in; learn to ask for clarification; plan and take part in a debate</p>
7.	Средства массовой информации	<p>Грамматика: quantifiers: a good deal of, little, a little, every, a few, quite a few, several, plenty of, lots of, no. Reported speech</p> <p>Лексика: television: multi-word verbs with more than one meaning; reporting verbs; the press</p> <p>Аудирование: listen to an expert talking about hoax photographs; listen to people talking about recent news stories</p> <p>Письмо: a discursive essay; learn to use linkers of contrast</p> <p>Говорение: Talk about ‘must-see’ TV; express strong reactions; retell a news story</p>
8.	Поведение	<p>Грамматика: conditionals: second, third and mixed conditionals; -ing forms and infinitive</p> <p>Лексика: collocations connected to decision-making; feeling phrases; idioms connected to time, adjectives of manner</p> <p>Аудирование: listen to people talking about their attitudes to time; listen to a radio programme about people’s daily rhythms; listen to someone talking through an awkward situation</p> <p>Письмо: write an informal article; learn to use an informal style in an article</p> <p>Говорение: discuss difficult decisions; talk about your attitude to time; talk about how to handle awkward situations; role play an awkward situation; learn to soften a message</p>
9.	Проблемы	<p>Грамматика: -ing forms and infinitive with different meanings; past modals of deduction</p> <p>Лексика: crime; synonyms for verbs connected to scams; verbs= dependent prepositions; verb phrases for incidents</p> <p>Аудирование: listen to people talking about getting tricked; listen to someone reporting an incident</p> <p>Письмо: write an advice to help visitors to your city; learn to</p>

		avoid repetition Говорение: discuss how good a witness you are; talk about what you would do in difficult situations; speculate about how scams work; role play reporting an incident; learn to rephrase
10.	Культура	Грамматика: relative clauses; participle clauses Лексика: adjectives to describe films; the arts; two-parts phrases; dos and don'ts, pros and cons etc.; phrases to describe art; Аудирование: listen to a film review on a radio programme; listen to tours of two different places Письмо: write a film review; learn to write more descriptively Говорение: talk about films; talk about popular culture and arts experience; learn to express estimates; role play showing a visitor around part of your town

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Начало	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit1 стр.4 – 8, Video podcast Unit 1, внеаудиторное чтение
2.	Социальные вопросы	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit2 стр.9 – 13, Review and Check 1: Units 1-2, стр.14-17, Video podcast Unit 2, внеаудиторное чтение
3.	Свободное время	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit3 стр.18 – 22, Video podcast Unit 3, внеаудиторное чтение
4.	Истории	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit4 стр.23 – 27, Review and Check 2: Units 3-4, стр.28-31 Video podcast Unit 4, внеаудиторное чтение
5.	Идеи	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit5 стр.30 – 36, Video podcast Unit 5, внеаудиторное чтение
6.	Возраст	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit6 стр.37 – 41, Review and Check 3: Units 5-6, стр.42-45 Video podcast Unit 6, внеаудиторное чтение
7.	Средства массовой информации	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit7 стр.46 – 50, Video podcast Unit 7, внеаудиторное чтение
8.	Поведение	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit8 стр.51 – 55, Review and Check 3: Units 7-8, стр.56-59, Video podcast Unit 8, внеаудиторное чтение
9.	Проблемы	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit9 стр.60– 64, Video podcast Unit 9, внеаудиторное чтение
10.	Культура	Frances Eales Oakes "Speakout" – upper-intermediate, Workbook Unit10 стр.65 – 70, Review and Check 3: Units 9-10, стр.70-73, Video podcast Unit 10, внеаудиторное чтение

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы практических занятий
- Учебно-методическая литература

- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Начало	УК-4	тестирование устный ответ письменные работы		письменно устно письменно
Тема 2. Социальные вопросы	УК-4	тестирование устный ответ презентация письменные работы		письменно устно устно письменно
I семестр	УК-4	зачет		устно
Тема 3. Свободное время	УК-4	тестирование устный ответ презентация письменные		письменно устно устно письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
		работы		
Тема 4. Истории	УК-4	тестирование устный ответ презентация письменные работы		письменно устно устно письменно
Тема 5. Идеи	УК-4	Тестирование устный ответ презентация письменные работы		письменно устно устно письменно
II семестр	УК-4	Зачет		Устно
Тема 6. Возраст	УК-4	Тестирование устный ответ презентация письменные работы		письменно устно устно письменно
Тема 7. Средства массовой информации	УК-4	Тестирование устный ответ презентация письменные работы		письменно устно устно письменно
III семестр	УК-4		Зачет	устно
Тема 8. Поведение	УК-4		Тестирование устный ответ письменные работы	письменно устно письменно
Тема 9. Проблемы	УК-4		Тестирование устный ответ письменные работы	письменно устно письменно
Тема 10. Культура	УК-4	Тестирование устный ответ письменные работы		письменно устно письменно
	УК-4		Экзамен	письменно, устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Овладение основным фонетическим, лексическим и грамматическим материалом, позволяющим использовать его в личной и профессиональной коммуникациях. Осуществление устного и письменного общения в рамках изучаемых тем, предусмотренных программой. Использование наиболее употребительной лексики общего языка в сфере общения. Понимание и использование языковых материалов в устном и письменном виде речевой деятельности на иностранном языке.	1,2,3,4,5
2	Использование иностранного языка в межличностном и межкультурном общении, а также умение различать жанры научной и деловой прозы на иностранном языке. Овладение навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке.	6,7,8,9,10

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их

формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>Требования европейского портфеля уровня А2:</p> <p>А2 - Понимаю отдельные предложения и часто встречающиеся выражения, связанные с основными сферами жизни (например, основные сведения о себе и членах своей семьи, покупках, устройстве на работу и т. п.). Могу выполнить задачи, связанные с простым обменом информацией на знакомые или бытовые темы. В простых выражениях могу рассказать о себе, своих родных и близких, описать</p>	<p>Требования европейского портфеля уровень В1:</p> <p>В1 - Понимаю основные идеи четких сообщений, сделанных на литературном языке на разные темы, типично возникающие на работе, учёбе, досуге и т. д. Умею общаться в большинстве ситуаций, которые могут возникнуть во время пребывания в стране изучаемого языка. Могу составить связное сообщение на известные или особо интересующие меня темы. Могу описать впечатления, события, надежды, стремления, изложить и обосновать своё мнение и планы на будущее.</p>	<p>Требования европейского портфеля уровень В2-С1</p> <p>В2 - Понимаю общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты. Говорю достаточно быстро и спонтанно, чтобы постоянно общаться с носителями языка без особых затруднений для любой из сторон. Я умею делать четкие, подробные сообщения на различные темы и изложить свой взгляд на основную проблему, показать преимущество и недостатки разных мнений. С1 - Понимаю объемные</p>	тестирование, устный ответ, письменные работы, презентация, зачет, экзамен

	<p>основные аспекты повседневной жизни.</p>		<p>сложные тексты на различную тематику, распознаю скрытое значение. Говорю спонтанно в быстром темпе, не испытывая затруднений с подбором слов и выражений. Гибко и эффективно использую язык для общения в научной и профессиональной деятельности. Могу создать точное, детальное, хорошо выстроенное сообщение на сложные темы, демонстрируя владение моделями организации текста, средствами связи и объединением его элементов.</p>	
--	---	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

<p>Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции</p>	<p>Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции</p>
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий,</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по</p>

представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	---	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на практических занятиях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Начало

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Complete the second question so that it has the same meaning as the first.

1 What time does the film start?

Could you tell me what time the films starts ?

2 What's the weather like?

Can I ask _____ ?

3 Have you ever flown a plane before?

I was wondering _____.

4 Who's he working for?

Do you know _____ ?

5 Who painted that wonderful picture?

Do you mind me _____ ?

6 How much did you have to pay for it?

I'd be interested _____.

2 Underline the correct alternative.

1 I haven't seen / didn't see any good films recently.

2 She loved / 's loved reading when she was a girl and started / has started writing her first novel last week.

3 He never was / 's never been very interested in fixing things but lately he 's done / did quite a few repairs around the house.

4 She 's played / played the violin in an orchestra for five years before she 's become / became a soloist.

5 I 've learnt / learnt more over the past fortnight with our new teacher than I have / did for the previous two years.

6 We 've watched / watched that crime drama series for six weeks – the ending 's been / was very disappointing.

Vocabulary

3 Complete the words in the sentences.

1 She's not shy but she likes to keep to herself.

2 When I was a student, I could dance until the eve hours.

3 He's the boss's son but he still has to pull his way in the company.

4 One thing I hate more than anything is tight-fist people.

5 She's such a person, she'll be an excellent teacher.

6 He's very p _____ about tidiness, which makes him impossible to live with.

4 Complete the sentences with the correct adjective or noun form of the word in brackets.

1 He couldn't control his frustration after losing the match. (frustrate)

2 We were really _____ when our flight was cancelled due to the strike. (disappoint)

3 The most _____ moment of my life was when I forgot my lines in the school play. (embarrass)

4 He had to resign from his high-powered job, suffering from _____. (exhaust)

5 We were not _____ with the service in the restaurant. It was terrible! (satisfy)

6 I believe there are more _____ than differences between people from different cultures. (similar)

Pronunciation

5 Underline the stressed syllable in each word.

1 nervous

2 generosity

3 awkwardness

4 anxiety

5 exhausted

6 embarrassed

Functions

6 Match sentences 1–6 with responses a)–f).

1 Can you tell me what time the matinee performance starts? b

2 I'd be grateful if you could help me with this application form. _____

3 Would you mind telling me when I can sign up for swimming classes? _____

4 I'd like to enquire about the two-for-one deal. _____

5 I was wondering if I could cancel my tickets and get my money back. _____

6 Would you by any chance have any places left on the course? _____

a) Of course not. Enrolments start on Monday.

b) ~~At 2.30 p.m.~~

c) Certainly sir. The offer is valid for lunch on weekdays.

d) I'm sorry, they're non-refundable.

e) Of course. Which job are you applying for?

f) No, I'm afraid it's full. We had a very limited enrolment.

Чтение

Read the article about the appeal of buying new things and answer the questions.

1 Why do we like buying new things?

2 What criticism do some manufacturers receive from consumers?

3 Read the article again. Underline the correct alternative.

1 The author says that people in shops are usually aware/can be unaware that they have bought a new product.

2 We often buy new things because they seem more interesting/modern .

3 According to the author, 'almost new' products are about creating a new brand from an old one/giving an old brand a new look .

4 The author is critical of/gives no strong opinion about hybrid products such as the 'cronut'.

5 The text says that it is easier/more difficult to see how companies deceive us in the technology sector.

6 Designing products to last a short time is something that manufacturers do consciously/
unconsciously .

7 The 'novelty factor' marketing strategy is well known but not always/and usually easy to identify.

8 The author's final piece of advice is be careful when buying new products/buy what you know and don't experiment .

The novelty factor

We've all been there ... You're standing in the supermarket looking at shelves of food and a product with 'new' written on it pops out at you. You read the label and, before you know it, it's sitting in your shopping trolley. You have just been seduced by the 'novelty factor' – the need to try something new at least once.

This well-known marketing strategy works on the premise that if it's new, it must be better. But how does this really work and how come we fall for it every time? One of the reasons, of course, is that new things are often cheaper. Next to the 'new' sign there may be a sticker saying 'introductory offer' or something similar. And then we are naturally curious to try out something different as we are bored by the same old purchases.

There's new and then there's 'almost new', or 'the old reinvented', which I see as dressing up a familiar brand in a new 'costume'. So, if you are a fan of Oreo biscuits, you will also be persuaded to try Oreo ice cream and Oreo milkshakes, as well as all the limited-edition cookie flavours released on a monthly basis. New hybrids are everywhere in the food industry. Think about the recently invented 'cronut' – it's half-croissant, half-donut! And you can find that same idea with pets – notice the success of the new 'Labradoodle' dog breed – so cute because it's half-Labrador, half-Poodle!

We can clearly see how the novelty factor works in these contexts, but it may be more imperceptible in other industries. What about your mobile phone, for example? Many consumers have criticised manufacturers for making their products deliberately difficult to repair. This forces consumers to upgrade to the new version more quickly than they would like to. Here, 'planned obsolescence' – designing a product with a short life so it becomes no longer functional – would appear to be the norm.

The novelty factor is all around us, yet it's sometimes difficult to spot. Every year, your football team has a new design of shirt for you to buy, and your favourite car manufacturer brings out a new model that makes your car look pathetic. The pressure to consume is high!

If you're hooked on novelty, just remember: if it's new, it's not always going to be better. It may be hard to admit it, but you can always stick with what you know!

Read the article again. Complete the sentences with the words in the box. Which of the sentences are true for you?

strategy premise purchases persuade

upgrade model hooked stick with

- 1 I buy my smartphone every year or two, they go out of date so quickly these days.
- 2 Any marketing campaign can get me to buy a product. I'm really easy to convince!
- 3 I don't need to have the latest of any product, I'm happy with what I have.
- 4 I like shopping and I don't mind if I'm the victim of a marketing!
- 5 I make most online these days, I find it easier than going to a physical shop.
- 6 I think I'm immune to the 'novelty factor'. I always buy the products I know.
- 7 The reason behind the 'novelty factor' is that everybody thinks new things are better, but I don't agree – I like old things!
- 8 I'm on the latest things. It doesn't matter what it is, I need to have the new one!

Аудирование

1.1 Listen to four people discussing new and old products and answer the questions.

- 1 Which products do they mention?
- 2 Rank the four people from the most (1) to the least (4) consumerist.

Listen again and match the speakers 1–4 with the facts about them a)–h). There are two pieces of information per person.

- 1 Brad ,
- 2 Karen ,
- 3 Colin ,
- 4 Hannah ,

a) He/She doesn't approve of throwing things away.

- b) He/She experiments with new things out of boredom.
- c) He/She likes things which are good value.
- d) He/She realises that he/she has a problem with trying new things.
- e) He/She really likes being the first to listen to or watch something.
- f) He/She likes things which are collectors' items.
- g) He/She generally doesn't like new things but can make exceptions.
- h) There are some things which he/she won't buy second-hand.

Тема 2. Социальные вопросы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

- 1 Underline the correct alternative.
- 1 I'm so hungry! I've *worked* / *been working* for six hours without a break.
- 2 She went on a charity walk last week and she has *raised* / *been raising* £500.
- 3 Sorry about the mess. We've *decorated* / *been decorating* all week.
- 4 *Has he* / *Did he* started his new job yet?
- 5 Somebody has *been breaking* / *broken* my favourite mug! Come on, who was it?
- 6 It has been a very productive day. We've *made* / *been making* six cakes and two casseroles.

2 Complete the sentences with the correct form of the verbs in brackets.

- 1 Oh no! My mobile 's been stolen! (steal)
- 2 The house _____ during the night and valuable jewellery _____ from the safe. (rob / take)
- 3 They're too scared to go out. They think they _____. (watch)
- 4 The job must _____ by Friday or you _____. (finish / not pay)
- 5 Fifty people _____ in a train crash. (injure)
- 6 Celebrities _____ everywhere they go. They _____ to have a private life. It must be awful. (follow / not allow)
- 7 Be careful what you say. He doesn't like _____. (criticise)
- 8 She's the sort of person who wants _____ what to do. (tell)

Pronunciation

3 Underline the correct stress pattern for each word: verb (v) or noun (n).

- 1 project (v) oO Oo
- 2 decrease (n) oO Oo
- 3 desert (v) oO Oo
- 4 suspect (v) oO Oo
- 5 research (n) oO Oo
- 6 reject (n) oO Oo
- 7 permit (n) oO Oo
- 8 import (v) oO Oo

- 9 record (v) oO Oo
 10 increase (n) oO Oo
 11 present (v) oO Oo

Vocabulary

4 Complete the words and underline the correct adjectives.

1 Without exercise, an increase in obesity is inevitable / disturbing.

2 The law of drinking water in many parts of the world is legal / unjustifiable.

3 The rise in cases of domestic violence is very sensible / disturbing.

4 It's outrageous / legal that banks encourage customers to get into debt.

5 Lorries and cars which cause unacceptable levels of air pollution should be made illegal / ethical.

6 Their failure to deal with homelessness is totally unethical / inoffensive.

5 Put the letters in brackets in the correct order.

1 Speed cameras are a (tneedter) deterrent to those who drive too fast.

2 As a taxi driver, (rteset) retrofit level cameras have made my job much easier.

3 (opschimicr) chipcards are designed to prevent credit card fraud.

4 Number plate (itrgneoncoi) recognition helps the police to keep (crkta) track of stolen cars.

5 He used his (oenhp acaerm) periscope to take a photo of the thief.

Functions

6 Complete the conversation with the words in the box.

~~think~~ right enough much what with way so seems point not

A: I really ¹ think credit cards should be banned.

B: I know ² _____ you mean – but it's not likely to happen, is it?

A: I'm not ³ _____ sure. Banks need to reduce trillions of euros of credit card debt.

B: That's ⁴ _____. But banks make a lot of money from debt.

A: Exactly! And it ⁵ _____ to me that it's the people on lower incomes that suffer.

B: Fair ⁶ _____ I take your ⁷ _____. However, I'm ⁸ _____ convinced that banning credit cards is the answer.

A: OK, but the ⁹ _____ I see it, there'll be another credit crisis soon.

B: I agree ¹⁰ _____ you. I'm very ¹¹ _____ against global banking policies but I don't believe they'll take your advice!

Чтение

Read the article about different music listening habits and answer questions:

What are the benefits of streaming?

Why do you think buying records is back in fashion again?

What objections to streaming could there be?

Read the article again. Underline the correct alternative.

1 The number of people using streaming services is growing steadily/really fast.

2 It's possible/not possible to download music and keep it forever from streaming services.

3 The author thinks it's logical/surprising that big companies have created their own services to compete.

4 With regards value for money, most consumers are happier than/not as happy as the artists.

5 Artists complain that the system is not fair to them/benefits the music labels.

6 The popularity of records can be explained by the desire for better quality/to own something.

7 In the final paragraph, the author is positive/neutral about streaming services.

The New Radio

You are on the bus and the person in front of you is wearing headphones and shaking their head to a rhythm. It would be hard to guess their musical taste but it's likely they are listening via a music streaming service. In the UK last year, more than 20 billion tracks were streamed, and the figure is rising rapidly with 500 million songs being streamed online in the UK in a single week.

It's easy to see the advantages of streaming over downloads – you can search millions of tracks, customise – creating and sharing playlists socially – and find out about new groups and singers. You can also listen anywhere you like if you have an internet connection. If you don't, many streaming services now offer a temporary downloading service. It's no surprise that people call it 'The New Radio' or 'The Universal Jukebox' and that Facebook, Google and Apple have all launched their own versions.

Consumers are generally content (a subscription costs about €10 a month) but artists lose out on royalties. Apparently, an artist can expect to get only €0.0010 from a single play on a streaming service after the music label takes its share. That means for a solo music artist to earn a U.S. monthly minimum wage of €1,060 they would need to get around 1.2 million plays.

As a result, well-known musicians such as Taylor Swift, Radiohead and Coldplay have either banned their music from being streamed or have released it physically before allowing it to be streamed. They complain that the system is unethical because music should not be free.

The convenience of streaming is undeniable, but vinyl records (in some ways, the opposite to streaming) have been making a huge comeback in the UK. Even supermarkets have started to sell them! Young people now feel nostalgia for an era that they never knew and love to dig out their parents' old vinyl. They are not content with just listening to music in a 'cloud', they want to have it physically and treasure it. Records, unlike CDs or cassettes, are real objects of desire.

Whatever your opinion, there has been one positive consequence of music streaming: the number of illegal downloads has dropped as people realise they can listen to what they want, when they want, without the time-consuming and dangerous business of stealing entire libraries of music. So, however we listen, at least more of us are doing it legally!

Аудирование

Listen to two people talking about consuming music and other media. What is the best summary of their different points of view?

Choose one option from 1–3 and one option from 4–6.

- 1 Rachel believes that times have changed and we have to accept that.
- 2 Rachel feels that on-demand media is the best form of entertainment.
- 3 Rachel thinks that all media is too expensive these days.
- 4 George is angry with the record companies for taking all the artists' royalties.
- 5 George feels that the streaming system is unfair for artists.
- 6 George feels that content is more important than convenience these days.

Underline the correct alternative.

- 1 George is anti-streaming because he plays music/collects music.
- 2 Rachel thinks that artists should negotiate with the streaming music companies/their music labels.
- 3 George says the situation is more difficult for famous musicians/musicians who are starting to make their name.
- 4 He says the only way musicians can make more money is by playing live/negotiating hard.
- 5 Rachel says that streaming is about price, choice and convenience/quality, popularity and value.
- 6 George is positive about the fact that big names/unknowns in the music industry protest about streaming.
- 7 Records are popular again but the problem is that there are very few available/they are too expensive.

Тема 3. Свободное время.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Match 1–6 with a)–f).

1 I used b

2 It took her nearly a year to get _____

3 When we lived in Spain, we'd _____

4 Be careful. You're not used to _____

5 They didn't _____

6 He loves working at home but can't get used _____

a) use to eat spicy food but they quite like it now.

b) ~~to go running every day after work.~~

c) to organising his time.

d) go to bed late and sleep in the afternoon.

e) used to living alone.

f) driving on the right.

2 Underline the correct alternative.

1 I expect they 'll / 're going to be late again.

2 They say it *might* / 's likely to be sunny tomorrow but I think it *won't* / 'll rain.

3 Look! That car 's going to / may well crash into the bus!

4 The library *usually opens* / is opening at 9 and *closes* / closing at 5.30.

5 I *won't take* / 'm taking a sandwich in case I *get* / 'll get hungry.

6 You 're definitely missing / 'll definitely miss the plane. It *leaves* / 's going to leave at 12.30 and it's already 12 o'clock.

7 He's a very promising footballer. There's a good chance that he *may well* / 'll play for England one day.

Vocabulary

3 Complete the sentences with the correct form of the words in the box.

~~off~~ ignore get give neglect stubborn

1 Never put something off until tomorrow if you can do it today.

2 The poor dog was hungry and suffering from _____.

3 He shouldn't always _____ in to his boss's demands.

4 She's very _____ and completely _____ her parent's advice.

5 Sorry, I must go. I have to _____ on with an urgent report.

4 Match 1–11 with a)–k).

1 on the d a) proximity to

2 densely _____ b) between

3 in close _____ c) slopes

4 off the _____ d) ~~edge of~~

5 half-way _____ e) peninsula

6 summit _____ f) crow flies

7 northern _____ g) forested

8 barren _____ h) populated

- 9 heavily _____ i) location
 10 remote _____ j) coast of
 11 as the _____ k) of a mountain

5 Underline the mistake in each sentence and write the correct word.

- 1 We used to play card a lot. cards
 2 Did you bring any soaps in your luggage? _____
 3 I don't watch the news on TV. They're so depressing. _____
 4 Don't forget to take your sports equipments. _____
 5 Can I have some informations about the accommodation? _____

Pronunciation

6 Match the words 1–6 with the stress patterns a)–f).

- 1 concrete c a) oOoo
 2 remains _____ b) oooOo
 3 accommodation _____ c) Oo
 4 facilities _____ d) ooOoo
 5 whereabouts _____ e) oO
 6 electricity _____ f) Ooo

Functions

7 Complete the words in the sentences.

- 1 The **p**oint is to try to get to checkmate.
 2 The way it **w**orks is that you **r**oll the dice to see who starts.
 3 The **k**ey thing is to sieve the icing sugar before you **s**pread it on the cake.
 4 **A**fter you've done that, **u**se the machine.
 5 The **a**im is to make the sauce smooth so **s**immer it over a low heat.
 6 The last **t**hing you do is **d**ouble-click on this icon to save your work.

Чтение

Read the article about different film adaptations of books and choose the best summary of the text's opening and closing paragraphs.

- 1 Most film adaptations of books are successful.
 2 There is not enough debate about the success of book-to-film adaptations.
 3 Film adaptations of books are challenging and divide opinion.

Match the films A–E with the statements that the film critic makes about them 1–10. There are two statements per film.

- A The Godfather ,
 B Apocalypse Now ,
 C Jurassic Park ,
 D The Lord of the Rings Trilogy ,
 E Harry Potter ,

- 1 The film is nothing like the book.
 2 The film is much better than the book.
 3 There is debate about the adaptation.
 4 The performances were fantastic.
 5 The technology was innovative.
 6 The setting was stunning.
 7 People of all ages are fans.
 8 The film was an important achievement.
 9 It is a very dark film.

10 The film is the perfect adaptation.

From Book to Film

Some of the best films ever made were based on novels. Clearly, great stories on the page can translate very well to the screen. But book-to-movie adaptations are difficult to do well and not everybody agrees about them. Some people love seeing their favourite characters come to life on screen. Others have their own idea of what characters and places should look like. For them, the adaptation never matches the original story.

Here are five of our favourites from the last fifty years.

The Godfather (1972) Everybody says something about Coppola's brilliant crime drama – it is far better than the novel of the same name. The reason lies in the incredible performances by Al Pacino, Marlon Brando and others, which really make these Mafioso characters come to life. Even novelist Mario Puzo admitted that his screenplay was better than his original book!

Apocalypse Now (1979) Another Coppola masterpiece and the most surprising of Vietnam films. This is a very free adaptation of Joseph Conrad's classic novel *Heart of Darkness*, which was set in 19th-century colonial Africa. The book serves merely as the inspiration for this dreamlike dystopian view of the world and a metaphor for the suffering of war.

Jurassic Park (1993) Michael Crichton's adventure blockbuster was adapted for film by Steven Spielberg. The film's triumph lies in its remarkable special effects. It was a milestone in cinema history because the dinosaurs were created with amazing computer-generated imagery, which was very new then. For the first time, your fantasies could become a reality.

The Lord of the Rings Trilogy (2001–2003) Before Peter Jackson's films, all attempts to bring Tolkien's Middle Earth to cinematic life had been a disaster. The stunning landscapes – the film was shot in New Zealand – the battle scenes and the imaginative recreation of the characters make this a unique triumph. If only all movie adaptations could be like this one!

Harry Potter (2001–2011) There is plenty of disagreement about these eight film adaptations of J.K. Rowling's cult fantasy novels. Some book fans prefer the first two films' more faithful approach while others like the more stylised later films. In any case, they have proved incredibly popular with both parents and kids worldwide. As Rowling herself has said, it's hard to fit all of the details of her storylines into less than three hours. And that is true of all cinema. Films have limits of time and budget, novels do not. Perhaps the most incredible and powerful effects are those happening in the reader's imagination. Having said that, there is something thrilling about cinema's attempts to bring those worlds to life.

Аудирование

Listen to a conversation between Emily and Arthur about film adaptations. Which five film genres do they mention?

Listen again and underline the correct alternative.

- 1 It's normal that book adaptations are popular in the cinema because it is difficult to write a new story/cheaper to use an established story.
- 2 *Blade Runner* is incredible because it is a mixture of two different genres/very faithful adaptation.
- 3 When talking about *The English Patient*, Arthur says that the author worked closely on the film/ the film doesn't have the complexity of the original novel.
- 4 The fact that *Psycho* is based on a novel of the same name is common knowledge/not well known.
- 5 *The Jungle Book* is much more/less serious than the original stories by Kipling.
- 6 It was the last film directed/produced by Walt Disney himself.

Тема 4. Истории.

Проверяемые компетенции

УК-4

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Underline the correct alternative.

1 When we got / *had got* to the station, the train *left* / had left.

2 He *was* / *'d been* waiting for her to call for an hour when the phone suddenly *was ringing* / *rang*. He *hesitated* / *was hesitating* for a moment and then *had picked* / *picked* it up.

3 They *had* / *were having* a picnic in the woods when it *had begun* / *began* to rain heavily. They *'d been jumping* / *jumped* up and ran to the car.

4 I *'d read* / *been reading* my book for hours when I suddenly *had noticed* / *noticed* the time. I *'d been missing* / *missed* lunch!

2 Match 1–6 with a)–f).

1 I wish I c

2 If only he _____

3 I wish she _____

4 I should _____

5 I wish I'd _____

6 I shouldn't _____

a) have looked at more houses before I bought this one. It was a terrible mistake.

b) grown up in the city. Country life was very limited.

c) ~~were lying on a beach now.~~

d) would give up smoking. He'd feel much better.

e) have taken on so much extra responsibility. I'm exhausted.

f) wouldn't criticise her friends all the time. It's quite upsetting.

Vocabulary

3 Complete the words in the sayings.

1 Every c loud has a silver l ining.

2 Where there's l ____, there's h ____.

3 Let's c ____ that bridge when we c ____ to it.

4 When in R ____, do as the R ____ do.

5 What g __ around, c ____ around.

6 Nothing v _____, nothing g _____.

4 Complete the sentences with the words from the box and underline the correct proposition.

pity gutted kick thoughts took missed

1 It's a pity I didn't take up / *off* dancing when I was younger.

2 Are you having second _____ about turning *down* / *over* that job?

3 I should've set *in* / *up* a software company with Dan in the 1990s. It was a _____ opportunity.

4 He was _____ when the lottery money ran *off* / *out* and he had to sell his house.

5 I could _____ myself for not going to university when I finished school. I put *on* / *off* further study and now it's too late.

6 She was brought *up* / *on* to love reading and _____ to writing novels in her 30s.

Pronunciation

5 Underline the word with a different vowel sound in bold.

1 wish website lyrics pity

2 grown Rome bought phone

3 settle website second grew

4 take manga manual magazine

5 brought autobiography thought around

6 gossip online forum blog

Functions

6 Complete the sentences with the words from the box.

~~fan~~ keen about the into love I'm what it that couldn't

1 I'm a big fan of Manga comics. I grew up with them.

2 _____ I don't like about blogs is _____ most of them are nonsense.

3 I _____ stand poetry when I was at school but I'm quite keen on _____ now.

4 _____ thing I like _____ website forums is that you find a wide range of opinions.

5 I'm not that _____ on his music. The lyrics are so depressing.

6 _____ really not _____ reading e-books. What I _____ are real books made of paper.

Чтение

Read the article about Iceland as a holiday destination and answer the questions.

1 What is the country's special association with time?

2 When do people visit the country? Why?

3 What activities can you do there?

Read the article again. Underline the correct alternative.

1 Iceland used to be an exclusive tourist destination/a stopping-over place.

2 The country's tourism industry will grow because of new investment/the country is now fashionable.

3 There is the same number of visitors all the year round./Visitor numbers vary in summer and winter.

4 You can go whale-watching at midnight in the summer/winter.

5 Hot pots are recommended after a lot of physical activity/as a way to relax.

6 The landscapes are very varied/are not for everybody.

7 It's not a place to come to if you like green landscapes/ empty places.

8 The vast landscape and small population mean it's easy to make friends/to feel very small.

Read the article again. Match 1–8 with a)–h) to form sentences containing collocations from the article.

1 We went on a leisurely

2 There are budget

3 Just imagine sinking into an open-air

4 Iceland has a unique geographical

5 The country has a rather desolate

6 Iceland is now one of the most popular travel

7 There are plenty of active

8 The natural hot

a) landscape that not everybody likes.

b) volcanoes here, so don't get too close!

c) trek across the valley, just an hour or so.

d) airlines flying to Iceland in the summer.

e) destinations in the world.

f) springs have purifying qualities.

g) pool looking at the Northern Lights!

h) position which explains its strange scenery.

An Unlikely Destination

Iceland used to be a place American tourists stopped on their way to Europe. It was the cheapest way to cross the Atlantic, but nobody stayed for more than a day or two. Today it is one of the world's fastest-growing travel destinations. In the last five years, visitor numbers have doubled. And that rise is due to continuous new hotels are built, budget airlines open up routes and new attractions open. Here's a quick rundown of what you can expect.

Northern Lights or endless nights

Due to its geographical position at the top of the globe, summer and winter are very different there. In June, there is virtually no nighttime, and in December virtually no day. People mostly visit in the summer because of the long days and better weather but increasingly people are coming in winter to see the breathtaking Northern Lights. Tour guides take you on snowmobiles to areas with no light pollution to increase your chance of seeing the phenomenon.

But bring warm clothes, it can be freezing! In the summer, enjoy near-endless daylight – why not go whale-watching at midnight?

Hot pots everywhere

There are 30 active volcanoes here, many of them under thick ice. There are natural hot springs. These mineral-rich waters will soothe the mind and the soul and help you unwind. The biggest (but most touristy) is the Blue Lagoon. It is a superb spot with enormous open-air pools, natural steam rooms and saunas, and white silica mud to exfoliate your skin. You won't regret a visit here, but come late to avoid the crowds.

Other-worldly landscapes

Iceland's natural beauty is almost without equal. You'll be amazed to see icebergs, glaciers, cascading waterfalls, immense black beaches and lava fields all in one day! Wildlife includes large puffin colonies, whales, seals and the delightful arctic fox (which can be hard to spot in the wilderness). The population of Iceland is just 325,000, so it is not hard to get lost in the deserted countryside!

A trekker's paradise

From leisurely treks to multi-day trips, there is something for everyone here. With the exception of glacier hiking, the best time to go trekking is summertime. Expect to see deserts, gorges, cliffs and, of course, waterfalls wherever you go. However, there are very few trees – only 1 per cent of the country is forested.

If you like the idea of feeling small in an immense and desolate landscape, you'll love Iceland. For me, it's more like the moon than the earth, so it's no wonder that astronauts come here to train!

Аудирование

Listen to a lecturer talking about why Iceland has become such an unlikely but popular travel destination. What are the best two summaries of his talk?

- 1 It's impossible to understand why so many tourists want to go to Iceland, it's cold and far away.
- 2 The rise in visitors to Iceland suggests there are new kinds of tourists out there.
- 3 With the rise in tourism, the Icelandic people have to be careful not to destroy their beautiful landscapes.
- 4 Iceland offers the usual hotels and packages but in a unique environment.
- 5 Iceland basically appeals to outdoors people who like nature.

Listen again. Are the sentences true (T) or false (F)? Correct the false sentences.

- 1 The rise in tourism has been gradual.
- 2 The place has few conventional attractions.
- 3 The key to its success is the originality of its landscapes.
- 4 Iceland attracts visitors who like organised trips.
- 5 It is badly situated to get lots of visitors.
- 6 The building of new hotels has already done some damage to the environment.

Тема 5. Идеи.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Complete the sentences with *a/an, the* or no article (-).

- 1 We see them about twice a year.
- 2 I support _____ charities for _____ elderly.
- 3 _____ highest mountain in _____ world, _____ Mount Everest, is in _____ Himalayas.
- 4 He went travelling around _____ Asia for _____ year after he left _____ university.
- 5 _____ Mercury is _____ closest planet to _____ Sun.
- 6 Where are _____ children? Have they been playing in _____ garden?
- 7 _____ city of _____ Seville is situated on _____ River Guadalquivir in _____ Spain.
- 8 I think his father was in _____ prison for two years for _____ fraud.

2 Cross out the alternative that is not possible.

- 1 If you ask her, she *might* / ~~*would*~~ / 'll go.
- 2 Would you work abroad if you *got* / *could get* / 'll get a job?
- 3 *Provided* / *As long as* / *On condition that* you book three weeks in advance, there *shouldn't* / *won't* / *will* be a problem.
- 4 If you *were to win* / *would win* / *won* the competition, what would you do next?
- 5 They *won't* / *might not* / *wouldn't* catch the 8.35 train unless they leave now.
- 6 If she gets lost, she *should* / 'll / 'd ask someone for directions.
- 7 If you go to the sales today, you *can* / 'll / *wouldn't* get some great reductions.
- 8 I *might go* / 'd go / *went* to the gym every day if I had the time.
- 9 *If* / *Suppose* / *As long as* he asked her out, what *would* / *did* / *should* she do?

Vocabulary

3 Put the letters in brackets in the correct order.

- 1 It (nmesoftrard) transformed our lives.
- 2 If you always read the same newspaper, it can (oitrdts) _____ your world view.
- 3 The washing machine (outinievodsrrel) _____ housework in the 1960s.
- 4 We don't know if computer games will (gmadae) _____ children in the future.
- 5 Pre-prepared food had a (nefibaleci) _____ effect for busy people but it had a (entalderim) _____ effect on health.

4 Match 1–6 with a)–f) and write the compound nouns.

- 1 break d a) look breakthrough
- 2 bottle _____ b) pull _____
- 3 trade _____ c) back _____
- 4 ring _____ d) ~~through~~ _____
- 5 out _____ e) top _____
- 6 draw _____ f) off _____

5 Underline the correct alternative.

- 1 What's the safest make / *brand* of car?
- 2 Sports celebrities who *promote* / *enhance* products earn millions.

- 3 The cleverest *logo / slogan* I remember was 'Go to work on an Egg'.
 4 Multi-million dollar advertising *makes / campaigns* are often seen as unethical.
 5 Commercials *influence / endorse* our choices more than we realise.
 6 My brother still sings 1970s *logos / jingles*.

Pronunciation

6 Match the words 1–6 with their stress patterns a)–f).

- 1 obscure c a) Ooo
 2 dreadful _____ b) oOo
 3 detrimental _____ c) eə
 4 advertise _____ d) Oo
 5 predictable _____ e) ooOo
 6 commercials _____ f) oOoo

Functions

7 Complete the conversation with the words from the box.

feel could doesn't brilliant would with of go between that's you

A: How do you¹ feel about having an activity holiday this year?

B: That's a² _____ idea! It³ _____ be great if we⁴ _____ have a yoga holiday in Greece.

A: That⁵ _____ really grab me. I was thinking⁶ _____ horse riding or sailing.

B: I think⁷ _____ a bit unrealistic. We *are* over-60s! I'd⁸ _____ for something in⁹ _____.

A: OK, how does this idea strike¹⁰ _____? There's a place in Turkey that does yoga, painting and sailing.

B: Great! Let's go¹¹ _____ that.

Чтение

Read the article about mobile phones and complete the table.

	For/Against mobile phones?	Job/Role	How his/her job/role affects his/her attitude to mobile phones
Chris			
Nancy			
Paul			
Valerie			

The Mobile – Love it or Hate it

Nowadays, the first thing people reach for when they wake up in the morning is their mobile phone. Is this dependence on the mobile good or bad for us? We asked four people what impact mobile phones have had on their lives.

Chris

Mobile phones are a key part of our daily lives. They have revolutionised the way we communicate but, I think, for the worse. As an innovation they are amazing, but the downside is that we depend on them too much. It's almost as if we can't live without them. I work as a waiter in a restaurant. It's disturbing to see couples not looking at each other or even talking to one another over dinner because they are so absorbed in their phones. That's really sad. Phones are fine if you use them when you need to, but some people just can't turn them off for a moment!

Nancy

I'm an English teacher. Public opinion is against mobile phone use in education so they don't have a very good reputation and our department has banned them from class. But I don't really understand this. I

think mobiles can have a really positive impact. If students used their mobiles correctly, they could be useful for so many activities. For example, you could ask them to find photos on their phones, share them with their classmates and discuss. There's a growing belief among my colleagues that this is the way forward, but we still have a lot of work to do.

Paul

It's clear that mobile phones have transformed the way we live our lives. I am retired and quite new to them still. When I got my first smartphone, I had quite low expectations. But I can't believe how versatile it is. I don't think about using it to make calls anymore, but everything else – find directions, listen to music, read the paper, take photos, make videos – you see I've got plenty of time to do everything now! They are so popular because we invest so much of ourselves in them. If we lose our phones, we lose part of ourselves.

Valerie

I think mobiles are a terrible invention. I wish nobody had had that bright idea! I am a businesswoman and my problem with them is that people can always reach you. It creates so much stress. People send you an email and expect an immediate response. They text and if you don't reply, they get angry. They send social media updates and if you don't 'like' them within an hour, they get angry. I am so relieved when I get on a plane or go to the cinema and have to turn it off! My ideal holiday is a place with no internet coverage!

Read the article again. Match the people 1–4 with their opinions a)–h).

1 Chris ,

2 Nancy ,

3 Paul ,

4 Valerie ,

a) Mobiles put you under pressure.

b) Mobiles get in the way of communication.

c) Mobiles have an unjustifiably bad name.

d) Mobiles are fine in moderation.

e) Mobiles can be useful in work contexts.

f) Mobiles contain information which is deeply personal.

g) Mobiles are better switched off.

h) Mobiles are incredibly flexible.

Аудирование

Listen to four people, Marc, Alice, Will and Stephanie, talking about situations which involve a mobile. What situations do they talk about? Was the phone annoying or useful?

Listen again and underline the correct alternative.

1 Marc doesn't know/knows exactly how the accident happened.

2 He says that the whole situation was very fortunate/difficult to believe.

3 Alice says that the interviewer's phone kept ringing but he didn't answer it/and he answered it.

4 She says that she didn't get the job because the man didn't listen to her/think she was the best candidate.

5 Will says it was/wasn't his idea to use the phone to find the way.

6 Afterwards, his friends just laughed/got really angry about it.

7 Stephanie decided to go to a really faraway/empty place for her birthday.

8 She received all her birthday messages throughout the day/at the end of the day.

Тема 6. Возраст.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной
------	--

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Complete the sentences with the correct form of the word in brackets.

- 1 When I was at school, girls had to wear a uniform with a shirt and tie. (have)
- 2 The best thing about living alone is that you _____ be sociable. (not oblige)
- 3 They _____ make their beds every morning but they didn't. (suppose)
- 4 I _____ cook dinner tonight because I have to work late. (not able)
- 5 He couldn't speak French but he _____ communicate with sign language. (manage)
- 6 Parents _____ make their children clean their own bedrooms to earn their pocket money. (ought)

2 Complete the sentences with the correct form of the verbs in the box.

~~finish~~ relax sail find give leave see

- 1 By next weekend we'll have finished our exams and we'll be relaxing on the beach!
- 2 In twenty years' time, I hope I'll _____ a good job in the city.
- 3 Do you think you'll _____ up smoking by then?
- 4 Will you _____ Harry later?
- 5 By this time tomorrow the ship will _____ and they'll _____ around the world.

Vocabulary

3 Write the noun form of the verbs using *-ion*, *-ence*, *-ment* or *-ice*.

- 1 react reaction
- 2 practise _____
- 3 argue _____
- 4 interfere _____
- 5 advise _____
- 6 prefer _____
- 7 oblige _____
- 8 discuss _____
- 9 impress _____
- 10 involve _____
- 11 encourage _____

4 Match sentences 1–6 with a)–f).

- 1 I avoid cynical people. a
- 2 He's not ready to live alone. _____
- 3 I have mixed feelings about age discrimination. _____
- 4 He's had his ups and downs this year. _____
- 5 They're all dreading the exam result. _____
- 6 She wants to do a gap year in Asia. _____

- a) ~~They make me feel gloomy.~~
- b) Now he's looking on the bright side.
- c) However, I'm full of optimism about it.

- d) I hope she has the maturity for it.
 e) After all, young people do need jobs.
 f) He's very immature for his age.
- 5 Complete with the correct verb in the correct form.
 1 She's too young to own a mobile.
 2 I'm not old enough to _____ a scooter.
 3 He's _____ a part-time job.
 4 She's not allowed to _____ make up.
 5 He's only eighteen and _____ four credit cards.
 6 You should _____ your ears pierced.

Pronunciation

6 Underline the stressed syllable in each word.

- 1 argue
 2 appreciation
 3 reaction
 4 optimism
 5 immaturity
 6 discrimination

Functions

7 Complete the sentences with the phrases in the box.

~~Don't you~~ Clearly Don't you agree (x2) Isn't it Anyone can

- 1 Don't you think young people should pay for their university courses?
 2 _____ see that we're not going to save the planet by recycling newspapers.
 3 _____ teachers should be paid more?
 4 _____ obvious that she likes him?
 5 _____ the government needs to ban under-21s from buying alcohol.
 6 _____ that people don't respect the elderly any more?

Чтение

Read the article about voluntourism and answer the questions:

- 1 What do you think 'voluntourism' is?
- 2 At what age do you think people do this?
- 3 What do they do and where do they typically travel to?
- 4 Why do you think the notion of 'voluntourism' could be controversial?

Match 1–8 with a)–h) to form sentences containing adjective/noun collocations used in the article.

- 1 Some volunteers establish authentic
 - 2 It's a controversial topic so there are a lot of differing
 - 3 Voluntourism is a growing
 - 4 A lot of people don't like the idea of being seen as benevolent
 - 5 The idea of voluntourism is to help disadvantaged
 - 6 If you do the trip, there will probably be memorable
 - 7 Local people often develop emotional
 - 8 Ideally, being a 'voluntourist' should be a life-changing
- a) communities and get to know the country as a tourist.
 b) friendships with the people they are helping.
 c) trend – it's especially popular with students in their gap year.
 d) moments and frustrating moments too!
 e) givers, who have to be thanked all the time.
 f) experience, but that's not always the case.

- g) opinions out there about the benefits of voluntourism.
- h) attachments with charity workers.

Read the article again. Are the sentences true (T) or false (F)? Correct the false sentences.

Leo

- 1 Leo doesn't like the term 'voluntourism' because most people who do it are not volunteers.
- 2 The Uganda project was successful because now the locals don't need the volunteers.
- 3 Leo believes that the majority of volunteers will forget the experience.
- 4 He says that it is important not to think that charities and companies are the same thing.

Martha

- 5 She says that the trip combined volunteer work and tourist activities.
- 6 She liked the role she played alongside the local people.
- 7 The problem is that volunteers don't really get to know people in the community.
- 8 Volunteers should travel but be better informed about their destination and who they are going to help.

Voluntourism: The Great Debate

Leo: In favour

I hate the word 'voluntourism' because of its emphasis on the travel side of the experience – 'see the world and help as you do it!' would seem to be the message. OK, it's true that there are volunteer schemes which maximise profits without investing in communities, but a lot of criticism of the idea is unfair and damaging.

For example, there was a great scheme in Uganda that I was involved with where young people built playground facilities and ran sporting projects for primary school children. They managed to do such a good job that it is now self-sufficient, employing a team of young Ugandans as builders. The charity's British founders can now step back and allow the local workers to take over. I saw young people, like me, from the West, form authentic friendships with the locals, developing emotional attachments to the children and becoming truly invested in their future. Perhaps some will return home and forget the experience, but for many more, it was a life-changing experience. It's important that critics do not group genuine charities with companies who do very little to help the developing world and put off young people who genuinely want to help.

Martha: Against

When I was twenty-two, I went on a university-organised trip. We were sent to a disadvantaged community in Chad. I taught English in a local school and assisted in building new homes. Interspersed throughout the week we also had souvenir shopping! There were memorable moments but I had the feeling that it was all a bit fake and that the experience just made me feel less guilty about my privileged status.

It seems that voluntourism almost always involves a group of idealistic and unrealistic travellers. They often enter these communities with little understanding of the locals' history, culture and way of life. All they understand is the poverty and the presumed neediness of the community. The western volunteer is a benevolent giver and the community members are supposed to be grateful receivers of charity. I hated that. There is no sense of really helping, really getting integrated into the community. It made me feel very uncomfortable taking photos with children whose names I didn't know. Volunteers could do more good if they worked at home in a disadvantaged community in a context that they understand. You don't need to fly halfway round the globe to be a good citizen.

Аудирование

Listen to an interview with a specialist in voluntourism talking about three volunteer organisations. What is the main difference between them? Make notes.

- 1 Safe Passage:
- 2 Raleigh International:
- 3 United Planet:

Listen again and underline the correct alternative.

- 1 The radio presenter thinks that choosing a charity to work for is quite complicated/easy.

- 2 The expert implies/doesn't imply that some voluntourism organisations should be avoided.
- 3 The charity Safe Passage works with families who live in the garbage dump/underground settlements in Guatemala City.
- 4 The main work of Safe Passage is educational/healthcare.
- 5 Raleigh International work in four/five different countries.
- 6 The main focus of its Tanzania project is related to infrastructure/health issues.
- 7 United Planet will select a charitable project to suit your profile/exact choices.
- 8 The expert believes that United Planet are a good choice because they offer projects in Europe/all over the world.

Тема 7. Средства массовой информации.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

- 1 Underline the correct alternative.
- 1 I don't have *many* / *much* money left.
- 2 *Very few* / *A few* people turned up because of the rain.
- 3 I've seen the film *The Sound of Music* a *great number* / *amount* of times.
- 4 I'll have *many* / *lots of* strawberries but just *a little* / *little* cream, please.
- 5 Look at his expensive car. He must have *plenty of* / *hardly any* money.
- 6 He's had *quite a few* / *a great deal of* experience in this area.
- 7 *None* / *All* of us are happy to contribute £10. It's for a very good cause.
- 8 Did you see *many* / *some* people there?
- 9 There's very *few* / *little* food left.
- 10 John and I would like to visit Berlin but *neither* / *none* of us speak German.

2 Complete the reported sentences.

- 1 'Where did you go last night, Milly?'
She asked *Milly where she'd been the night before*.
- 2 'Mike will help you if you ask him.'
I told her _____.
- 3 'Are they going to watch TV now?'
He wanted to know _____.
- 4 'Where have you been today?'
We asked him _____.
- 5 'Will he ask me out tomorrow?'
I wondered _____.
- 6 'Can you come shopping with me next week?'
He asked _____.

Vocabulary

- 3 Match 1–11 with a)–k).
- 1 sports *d* a) page

- 2 soap _____ b) programme
 3 reality _____ c) readership
 4 detective _____ d) ~~coverage~~
 5 tabloid _____ e) affairs
 6 editorial _____ f) drama
 7 high _____ g) show
 8 wildlife _____ h) supplement
 9 costume _____ i) opera
 10 current _____ j) series
 11 colour _____ k) newspaper

4 Underline the correct alternative.

- 1 He came across / off a friend in the library.
 2 These photos pull / take me back to my student days.
 3 The red car suddenly pulled / ran out in front of him and he almost crashed into it.
 4 They've just brought up / out a new edition of the book.
 5 When did the prime minister first break off / into politics?
 6 I left my job because I couldn't put him up / up with my boss any longer.
 5 Complete with the correct form of the verb. Use prepositions if necessary.

- 1 He persuaded them to come. (come)
 2 He apologised _____ her feelings. (hurt)
 3 He admitted _____ the money. (steal)
 4 He promised _____ them out. (take)
 5 Why did you suggest _____ for a walk? (go)
 6 They insisted _____ the bill. (pay)

Pronunciation

6 Match the words 1–6 with the stress patterns a)–f).

- 1 columnist c a) Oo
 2 sensationalism _____ b) ooOo
 3 editorial _____ c) Ooo
 4 circulation _____ d) oOo
 5 biased _____ e) oOoooo
 6 detective _____ f) ooOoo

Functions

7 Rewrite the sentences using the words in brackets.

- 1 It's wonderful. (absolutely)
 It's absolutely wonderful.
 2 It was a fantastic day. (such)
 It was _____.
 3 Where are you going? (earth)
 Where _____?
 4 People love a bit of scandal. (do)
 People _____.
 5 I'm *not* jumping out of an airplane! (no)
 There's _____!
 6 You wanted to come! (one)
 You're _____!

Чтение

Read the article about the power of image in today's media and answer the questions.

- 1 Why are images particularly powerful in today's digital media?
- 2 What examples of images are presented in the text?
- 3 In what way are images more powerful than texts?

Read the article again. Are the sentences true (T) or false (F)? Correct the false sentences.

- 1 An image can have a more lasting effect than text.
- 2 The author thinks that the group selfie image is as important as the photo of the Syrian boy.
- 3 Mainstream newspapers are beginning to feature sections on images.
- 4 We know intuitively that we respond to images in different ways.
- 5 Sometimes the most powerful images are the ones that are difficult to understand at first.
- 6 The example of the apple shows us that images are very personal.
- 7 The author thinks that Steve Jobs' apple being more famous than the fruit is logical.

The Power of Image

Today's media is image-driven. Never before has it been so easy to access, compose, manipulate and share images. A particularly powerful image can also trigger a news item and deliver a strong emotional message. The image may stay with us longer than the news story itself. Sometimes, an image can be all that it takes to spread the word and via today's digital media this can happen very quickly. Images can sometimes sum up issues more easily than the written word and they can be understood more quickly.

For example, the tragic image of the body of a three-year-old Syrian boy, washed up near the Turkish resort of Bodrum after a boat of migrants capsized, was powerful enough to alert the whole world to the refugee crisis. The image alone symbolised the crisis. On a much more superficial and sensationalist level, a group selfie posted by Oscars show host Ellen DeGeneres on her Twitter account became the most retweeted image of all time (3.5 million times to date).

It's clear then that an image can spark a mental response from the brain faster and with more impact than text. For this reason, even conventional newspapers in their electronic versions now have regular features called 'The Big Picture' where they feature the most striking images of the moment.

But how do images work? It turns out that we respond to images on three different levels, although we are not aware of this. There is the affective response – how we feel when we see an image and what mental images are conjured up immediately. Then, there's the compositional response – how we take in all the different elements in the image, how the image is framed and what is in the foreground and background. Finally, there is the critical response, when we try to work out what message the image is transmitting. Quite a few images can be difficult to understand at first sight. They raise our curiosity, and this makes them more impactful.

Images also have a large number of cultural associations and these change over time. Decades ago, if you'd asked people what connections they could make with the word 'apple', they might have replied Adam and Eve, Snow White, William Tell, New York (the Big Apple) or Apple Records, the Beatles' Record Company.

Nowadays, if you put the word 'apple' into a Google Images search, you get thousands of Apple Computers' logos. It may be that soon Steve Jobs' apple will be more recognisable than the fruit itself ... now that would be crazy!

Аудирование

Listen to a social media expert, Daniel Carter, talking about what images to upload online.

Answer the questions.

- 1 What's Daniel's main criticism of the images people upload to social media?
- 2 What does he think it is important to imagine?
- 3 What other elements does Daniel highlight?

Listen again and underline the correct alternative.

- 1 The problem with posting the same kinds of images is that *you only show one side of yourself/people get bored*.
- 2 The solution to that problem is to *keep your images varied/make the images more personal*.
- 3 Daniel says that you should consider *getting a better camera/taking photos from a different angle*.
- 4 You should avoid taking photos which are *not clear/controversial*.
- 5 Daniel says to include text with the images but to make the text as *interesting/large* as possible.
- 6 He says that a photo of you and your pet is sure to be *popular/superficial*.
- 7 He says he will not give advice about the subject matter of images because that topic is *too personal/complicated*.

Match the words from the recording 1–8 with their meanings a)–h).

- 1 close-up
 - 2 angle
 - 3 composition
 - 4 snapshot
 - 5 enhance
 - 6 crop
 - 7 landscape
 - 8 blurred
- a) difficult to see clearly
 - b) a photograph taken casually (without the use of professional equipment)
 - c) to improve something or make it more attractive
 - d) to cut part of a picture or photo
 - e) a photo taken from a position very nearby
 - f) the direction from which you look at something
 - g) the overall form of a photo or work of art
 - h) an image in a horizontal format, rather than 'portrait' which is vertical
- Listen and check.

Тема 8. Поведение.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

- 1 Match 1–6 with a)–f).
- 1 If he was worried about you, b
- 2 We wouldn't be here _____
- 3 If you'd passed your 'A' levels, _____
- 4 I don't know what I would've done if _____
- 5 She wouldn't have bought the dress, _____
- 6 I think they might've done it _____

- a) if they hadn't invited us.

- b) I'm sure he'd tell me.
- c) if we'd asked them.
- d) nobody had been at home.
- e) if I'd told her it didn't suit her.
- f) you could've had a proper career.

2 Complete the sentences with the correct form of the verbs in the box.

see study make buy set up arrive read go ask find stay

- 1 It'll be great to see you.
- 2 He considered _____ his own business but finally decided _____ a better job.
- 3 I'd rather _____ home and _____ my book tonight.
- 4 You'd better not _____ late this time!
- 5 She's not keen on _____ to shopping centres so it's no use _____ her to come.
- 6 I don't have time _____ English so I keep _____ grammar mistakes.
- 7 I can't afford _____ a big house yet.

Vocabulary

3 Underline the correct word and write the preposition that follows it.

- 1 It's not always easy to *make* / *stick to* your principles.
- 2 Before you *do* / *arrive* _____ a decision, you should assess the situation carefully.
- 3 He's very tactful and is always *sensitive* / *sensible* _____ people's feelings.
- 4 She is thoughtful and *weighs* / *examines* _____ situations carefully in meetings.
- 5 It *goes* / *runs* _____ my principles to be confrontational or aggressive.
- 6 They think he's not assertive because he *comes* / *puts* _____ important decisions.

4 Complete the phrases.

- 1 I'm never very a *lert* in the mornings.
- 2 I had no job, I was at my l _____ e _____.
- 3 Do you ever wake up with a s _____ of d _____ that you can't explain?
- 4 She's not that f _____ a _____ food. She'll eat anything.
- 5 I left the gym with a s _____ in my s _____.
- 6 He woke up at 3 a.m. He heard a noise and was suddenly w _____ a _____.

5 Complete the sentences with the words in the box.

~~kill~~ once time feet biding pressed

- 1 I wandered round the departure lounge to *kill* time before my flight left.
- 2 He hasn't put in for a promotion yet. He's _____ his time.
- 3 I must go. I'm a bit _____ for time.
- 4 I only see him _____ in a blue moon.
- 5 Why is she dragging her _____ about taking this job? It's a great opportunity.
- 6 It's not a very nice flat but it's all we can afford for the _____ being.

Pronunciation

6 Underline the stressed syllable in each word.

- 1 *pr*inciples 7 collaborative
- 2 despise 8 assertive
- 3 diplomatic 9 sensitive
- 4 direct 10 focussed
- 5 confrontational 11 supportive
- 6 assess

Functions

7 Match 1–6 with a)–f).

1 I don't want you to get the wrong idea b

2 How would you feel _____

3 It would put my mind at ease if _____

4 It's just that you said you'd _____

5 I'd feel better _____

6 Do you see _____

a) if we didn't see each other so much.

b) ~~but I need to ask you something.~~

c) where I'm coming from?

d) you told me where you were going.

e) give it back at the end of the month.

f) about that?

Чтение

Read the article about behaviour in dogs and answer the questions.

1 Why is our dog's behaviour more unpredictable these days?

2 What is the difference between our dogs' lives today and in the past?

3 What can we do to make our dogs happier?

Feeling anxious? Chances are, so is your dog

You know when your dog is happy: it wags its tail, jumps up at you when you come home and runs around a lot. But what about when your dog is down? If he could tell us what the problem was, he would, but he can't – and sometimes we're so busy that we just don't notice that anything's wrong.

We live in stressful times – pressure to perform at work, deadlines, family responsibilities – and this affects our behaviour and those who live with us. It can also affect our pets, particularly dogs, which tend to be more dependent on us.

In fact, dogs are very good at picking up on our mood swings. If we are aggressive, they might become so, too. If we are worried, they might start pacing up and down. But it is our neglectful behaviour which really has an affection a dog's temperament. Cases of canine anxiety are on the up, leading to a need for antidepressants to deal with the stress of living with us humans. The doggy variety is called 'Reconcile' and with just one tablet a day, it seems your dog could really cheer up.

You might laugh, but all this is hardly surprising. In the past, dogs worked in the country, they were outside the whole time and their owners let them wander around freely. At the end of the day, they would be 'dog-tired' (this is where the English expression comes from). Now, dogs might only go out with a dog-walker and perhaps for just half an hour a day. The rest of the time they are left alone on the sofa. We forget that dogs don't only need exercise but also attention and stimulation. If they don't get this, they can develop compulsive disorders like whimpering or chasing their own tails. Such lifestyle changes might also explain how our pets can suddenly surprise us with antisocial or wild behaviour that seems uncharacteristic and confrontational. We forget that simple games can turn nasty and that the cute dog we pet at home can suddenly turn into a predatory beast without very much warning. With dogs, the particular problem is boredom and lack of company. Dogs also like consistency on the part of their owners. If your behaviour and habits suddenly shift, this can upset a dog and make its interactions with you unpredictable as well. So, you could resort to 'Reconcile', but it would probably be better to understand what's going on with your dog. If there seems to be a problem, you could do a lot worse than start by looking at your own behaviour!

Read the article again. Underline the correct alternative.

- 1 It is *harder/easier* to see when your dog is depressed than when it is happy.
- 2 Sometimes dogs *mirror our own behaviour/do the opposite to what we do*.
- 3 The author thinks it is *logical/surprising* that an anti-depressant for dogs has arrived on the market.
- 4 Lifestyle changes mean that dogs can be depressed and *unfriendly to their owners/generally unpredictable*.
- 5 The article says that dogs feel happier when *there is a routine to follow/they have constant attention*.
- 6 The author concludes by saying that it is better to focus on *yourself/the dog's world* than attempt to understand the dog's behaviour.

Аудирование

Listen to a conversation between a dog lover and a cat lover about the behavior of their pets. Choose the best summary of their conversation.

- 1 Moira loves that dogs are real companions, Ken doesn't want a pet to be too demanding.
- 2 Ken hates that dogs smell, Moira doesn't like the idea of having an independent pet.
- 3 Moira believes that you can't trust cats, Ken says that you shouldn't need to train an animal.

Listen again. Are the sentences true (T) or false (F)?

Correct the false sentences.

- 1 Moira says that dogs are more trustworthy than cats.
- 2 The problem for Ken is that dogs take over your life.
- 3 Moira understands that independence is an apposite virtue in pets.
- 4 Ken would like to play more with his cat.
- 5 Ken complains that dogs are dirty.
- 6 In the end, they agree to disagree.

Тема 9. Проблемы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Complete the sentences with the correct form of the verbs in the box.

feel wake become tell make shout

- 1 I'm beginning to feel a bit hungry now.
 - 2 Will you remember _____ a doctor's appointment for tomorrow, please?
 - 3 After getting an MA in maths, he went on _____ a graffiti artist.
 - 4 Do you remember _____ up in the middle of the night and _____ 'goal!'?
 - 5 He completely forgot _____ me to meet him at 8. He didn't turn up until 9.15!
- 2 Underline the correct alternative.
- 1 A: I wonder where my dictionary is.
B: You could've / can't left it at home.
 - 2 A: Tom looks exhausted today.
B: He must've been working / worked all night.

- 3 A: Did James pass his exams?
 B: No. He *can't* / *must* have studied hard enough.
 4 A: Where's my passport? I left it in this drawer.
 B: Do you think it could *have been* / *been* stolen?
 5 A: The front window's broken!
 B: It *might've* / *couldn't have* been the children. They're all at school now.
 6 A: I wonder why Mr Thomas wasn't at the meeting.
 B: He can't have *being* / *been* told about it.

Vocabulary

3 Complete the table.

crime	person
mugging	¹ <u>mugger</u>
arson	² _____
³ _____	stalker
vandalism	⁴ _____
⁵ _____	hacker
pickpocketing	⁶ _____
⁷ _____	kidnapper
tax evasion	⁸ _____
identity theft	⁹ _____
¹⁰ _____	counterfeiter
shoplifting	¹¹ _____

4 Complete with the correct form of the verbs in the box and a preposition.

~~dream~~ thank clear charge blame save

- 1 My parents dream of retiring.
 2 Don't _____ me _____ breaking it.
 3 The boy _____ the man _____ rescuing him and _____ him _____ drowning.
 4 The girls were _____ shoplifting and taken to the police station.
 5 He was _____ mugging the old lady after new evidence was found.
 5 Complete the phrases.
 1 Sam will be late. His car's broken down.
 2 I got s _____ u _____ a tree when I was six.
 3 He f _____ o _____ a roof and got k _____ o _____.
 4 Ring 999! The house is o _____ f _____.
 5 Can you keep a spare house key for me? I'm always l _____ myself o _____.

Pronunciation

6 Underline the word with a different vowel sound.

- 1 mug stuck rescue a suspect
 2 shoplift pose knock apologise
 3 blame save evade swap
 4 arson hacker grab kidnap
 5 pretend divert arrest attention
 6 distract counterfeit bribe switch

Functions

7 Complete the words.

A: Good morning. Marden Police Station.

B: Hello. I've just ¹been mugged! I was in town when a man came up to me, asking for directions. Before I ²r_____ what had ³h_____, he'd snatched my bag and jumped into a car.

A: What sort of car was it?

B: It was beige or grey. I didn't ⁴c_____ the number ⁵p_____. My ⁶m_____ went ⁷b_____.

A: Don't worry. He's probably swapped cars by now. What was he ⁸l_____?

B: He ⁹r_____ me of Johnny Depp and that distracted me. But he looked like a tourist. He had a map and everything.

A: Yes, to divert your ¹⁰a_____.

B: I know. I was completely ¹¹f_____.

Чтение

Read the blog post about strange crimes around the world.

Choose the best summary of the tone of the article.

- 1 Quite dry and academic, making serious points about these crimes.
- 2 Informal and light-hearted, using a lot of funny and practical examples.
- 3 Exaggerated and dramatic, describing these crimes in great detail.

Strange Crimes

When you travel, I reckon it's a good idea to take precautions, find out how safe your destination is and accustom yourself to the different laws that might apply there.

Mind you, a city's reputation can change a lot. Parts of New York City used to be very dangerous a few decades ago, but now it's considered one of the safest metropolises in the world. Meanwhile, people are seduced by the beauty and culture of a city like Barcelona where I live, but petty crime such as muggings are surprisingly common, as you might come across street scams and pickpockets in touristy areas.

Muggings and thefts would be considered crimes wherever you go. However, nothing can properly prepare you for certain laws that exist in some places and that might seem futile anywhere else.

One of the best known is the law against selling or importing chewing gum in Singapore. Authorities say it damages pavements and gets stuck in subway doors. Break the law and you face a £49,000 fine or even a two-year prison sentence. Singapore is a country renowned for its cleanliness and functionality, so the law does fit the place well. Having been there now, I can say that the law is enforced – it is actually great not to see gum on pavements or have it stuck to your shoes!

Other laws related to hygiene include the ban on feeding pigeons in Trafalgar Square in London. One of the UK's great tourist sights was becoming increasingly dirty due to these 'rats with wings', as Londoners call them in disgust. Likewise, the act is forbidden in St Mark's Square in Venice as some of the great monuments there have also fallen victim to the pigeons.

If we're talking about damaging ancient monuments, then another ban is the wearing of high heels at historic sites in Greece, such as the Acropolis. Although I can't imagine why anybody would want to do that!

Spain is such a hot country, it's easy to understand why you might wear flip-flops while driving. But if you do, you'll be breaking the law. Another favourite of mine is the law against carrying a durian fruit on public transport in Indonesia. Why? Because it smells so bad!

Meanwhile, in Finland, fines for certain crimes are based on your income. If you are rich, you pay more. It's as simple as that. A few years ago, a businessman was caught speeding and got a fine of over 100,000 euros. Now that wouldn't happen in my country and I'm not sure it should. Surely, fines should be the same for everybody.

It's unlikely you'll ever be caught committing these offences but it's worth knowing about them just in case!

Read the blog post again. Are the sentences true (T) or false (F)? Correct the false sentences.

- 1 The image of a city can sometimes be *worrying/deceptive* – there is more crime there than you think.
- 2 Most crimes that tourists are involved in are *not/quite* serious.

- 3 The author is *sceptical/enthusiastic* about Singapore's chewing gum law.
- 4 Feeding pigeons is banned in London and Venice for *similar/different* reasons.
- 5 The author thinks that the anti-high heels law in Greece is silly because it is *impractical to wear them/difficult to enforce* at historic sites.
- 6 The author says that the law in Finland is *not right/a very welcome idea*.

Аудирование

Listen to a conversation between Richard and Sonia about different crimes and punishments. What is the best summary of their conversation?

- 1 They believe that many punishments should follow the Finnish model, you pay a penalty according to your income.
- 2 They believe that more criminals should receive fines or have their cases resolved outside court because of the cost to the state.
- 3 They believe that punishments are disproportionate. Serious criminals go free while petty offenders receive heavy penalties.

Listen again. Underline the correct alternative.

- 1 Richard and Sonia initially *agree/disagree* about the Finnish law.
- 2 Richard says that the law would *be/not be* possible in other countries.
- 3 Sonia is amazed that *there are so many corrupt politicians/people empathise with these criminals*.
- 4 Richard says that footballers do not get punished for their crimes because of their *fame/fans*.
- 5 Sonia talks about parents who *allowed/didn't allow* their child to go to a funeral during school time.
- 6 Richard says that sometimes *you don't realise that you have committed a crime/you can't imagine you'll be punished for a crime*.
- 7 Although they are unfair, Sonia says that many people pay fines because they *are too lazy/don't want any more trouble*.

The words in the box are from the recording. Match them with their meanings 1–8.

procedure overcrowded overlook swindle play truant
refuse inadvertently disproportionate

- 1 without realising
- 2 too many people
- 3 not pay attention to something (often deliberately)
- 4 not accept something/say no
- 5 deliberately avoid going to school
- 6 a plan that you should follow
- 7 exaggerated or imbalanced
- 8 deceive somebody out of their money

Тема 10. Культура.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Лексико-грамматические упражнения

Grammar

1 Complete the sentences with a relative pronoun where necessary.

- 1 They live in the house where I was born.
- 2 The best book _____ I've ever read is *The Lacuna* by Barbara Kingsolver, _____ won the Orange prize for it.
- 3 When I was a child, we had two dogs _____ names were Prince and Lucky.
- 4 The first holiday _____ we can remember taking together was to Paris.
- 5 One of my twin brothers, _____ lives in the US, also has twin sons.
- 6 I only realised how late it was _____ I saw the street lights come on.

2 Underline the correct alternative.

- 1 Walking / Walked down the street, she was surprised to see her husband ran / running towards her.
- 2 The passengers *involved* / *involving* in the train crash were taken to hospital, hardly *realising* / *realised* what had happened.
- 3 *Worrying* / *Worried* by her reaction, he sat *thought* / *thinking* about what was wrong.
- 4 She stared at the house *lain* / *lying* in the valley, *surrounding* / *surrounded* by trees.
- 5 *Having* / *Had* forgotten his camera, he stood there, *memorising* / *memorised* the beauty of the building.
- 6 He rang her, *feared* / *fearing* the worst.

Vocabulary

3 Complete the phrases.

- 1 The new production of *Let's face the Music* was a *sell o ut* on Broadway.
- 2 His latest romantic comedy was dull, p _____ and a f ____ at the box office.
- 3 Her electrifying operatic performance in *Tosca* has received r ____ r _____.
- 4 I've given up m _____ theatre in favour of a _____ comedy.
- 5 The ground-breaking work of performance artist Sharon Alman has c _____ a s ____ in the art world.
- 6 Despite the h ____, the New Age ballet *Step back* in Manchester is still a m ____ - ____ for dance fans.

4 Match 1–11 with a)–k).

- 1 bits and d a) ready
- 2 now and _____ b) bounds
- 3 sick and _____ c) off
- 4 ups and _____ d) ~~pieces~~
- 5 peace and _____ e) take
- 6 rough and _____ f) then
- 7 through and _____ g) cons
- 8 on and _____ h) tired
- 9 leaps and _____ i) quiet
- 10 give and _____ j) downs
- 11 pros and _____ k) through

Pronunciation

5 Match the words 1–6 with the stress patterns a)–f).

- 1 brilliant e a) Oo
- 2 unforgettable _____ b) oOoo
- 3 horrific _____ c) ooOoo
- 4 electrifying _____ d) oOo

- 5 alternative _____ e) Өөө
 6 thickened _____ f) оОооо

Functions

6 Put the letters in brackets in the correct order to complete the text.

Our next stop in the Wye Valley will be Tintern Abbey which is ¹(esatitud) situated on the banks of the River Wye. ²(upeSplyosd) _____ one of the most spectacular ruins in the country, it's well ³(rtohw) _____ seeing. ⁴(uFndode) _____ by the Lord of Chepstow in 1131, the remains you'll see in a few minutes were built, ⁵(eveebli) _____ it or not, between 1136 and 1536. As you may ⁶(wkno) _____, Henry VIII broke away from the Catholic Church in the 1530s, and Tintern Abbey was closed down. ⁷(erIntstinygel) _____, however, the ruins were fashionable in the 18th century when the Abbey ruins became a must-see landmark. ⁸(pAypaenrtl) _____ inspired by its romantic location, the English poets, Wordsworth and Tennyson, wrote about it. Ah, we've arrived. ⁹(llSah) _____ we get off the bus and ¹⁰(dhea) _____ over to the Abbey? After our visit, we'll retrace our ¹¹(sptse) _____ and have tea in the village.

Чтение

Read a fan's tribute blog post about David Bowie. Which sentence best summarises the blog?

- 1 Bowie inspired the writer to dream and become the person he wanted to be.
- 2 Bowie transformed himself in a number of surprising and hugely influential ways.
- 3 Bowie was both a celebrated singer and film star who inspired many other artists.

Read the blog post again. Underline the correct alternative.

- 1 The author *was/wasn't* a big David Bowie fan when he won the competition.
- 2 His first impression of Bowie was how *varied his music was/much he identified with him*.
- 3 Bowie became a big star after *Space Oddity/Ziggy Stardust*.
- 4 His song *Changes* is symbolic because it says so much about his ever-changing *career/ reputation*.
- 5 His collaborations reveal how *unpredictable/ambiguous* David Bowie was.
- 6 He was first and foremost *a singer/an actor*.
- 7 His final album was generally *liked/disliked* by critics.

A Tribute to BOWIE

When I was fourteen years old, I won all of David Bowie's album in a competition. I didn't know much about his music then but I spent the next months listening to one album after another. I got obsessed by Bowie, I even dreamt of becoming like him.

That was 1980, and Bowie was halfway through his career. I won twelve albums and he made another twelve before his death in January 2016. During that time I never lost my interest in the man and his music. What was it that so fascinated me about him?

First of all, I couldn't believe it was the same singer, the albums all sounded so different. He constantly reinvented himself – both his persona and his sound. His characters included the 1960s hippy astronaut Major Tom, who appeared on *Space Oddity*, one of his most famous songs. He then became the sci-fi persona Ziggy Stardust, a true rock star from outer space, which ironically turned out to be his breakthrough. From then onwards, Bowie was among the biggest names in rock music.

In the 1970s, he was a romantic hero as the Thin White Duke, a soulful jazz artist on the album *Young Americans* and then, to the shock of his fans, he became a disco diva on the dance hit *Let's Dance*. This was the most ground-breaking thing about Bowie – he never stayed in one place for long. This is poignantly

Always unpredictable, he collaborated with a number of other artists both mainstream and alternative, most famously with Queen on the song *Under Pressure*. But other partnerships included John Lennon, who co-wrote the smash hit *Fame*; and the producer Brian Eno, who worked with him on his Berlin trilogy of albums – *Low*, *Heroes* and *Lodger* – his most experimental period.

Seen as hugely influential to a string of other groups and singers from Nirvana to Madonna, Bowie was a true musical legend. But he didn't just make music – he also had a short-lived film career. One of his most interesting but little-known performances is his portrayal of Andy Warhol in the biopic *Basquiat*, about a New York artist. For me, his theatrical and androgynous personality became all the more apparent on the silver screen.

Until the end, the man delighted in surprising us. His final album, *Blackstar*, which received rave reviews, was released just days before his death. He clearly wanted to give one last parting gift to his fans. For the boy who had won all his albums all those years ago as an adolescent, it was nice to get one last present from the man.

Аудирование

Listen to a conversation between Patrick and Martha about the groups or musicians who were influenced by David Bowie and answer the questions.

- 1 Why did Bowie influence so many other artists?
- 2 Which different types of music are mentioned in the dialogue?
- 3 Which of these types of music did Bowie help invent?
- 4 Which music inspired him on one of his albums?

Listen again. Match the artists and groups 1–6 with what is said about them a)–f).

- 1 Depeche Mode
- 2 Lady Gaga
- 3 Madonna
- 4 Nirvana
- 5 Arcade Fire
- 6 Lou Reed

- a) This person/group was good friends with Bowie and made music at the same time as him.
- b) This person/group recorded a very famous version of a Bowie song.
- c) This person/group allowed Bowie to sing one of their songs live.
- d) This person/group was inspired by his style and lyrics.
- e) This person/group copied his exaggerated costumes and image.
- f) This person/group made a public statement about Bowie's great influence.

The words in the box are from the recording. Match the words in the box with their meanings 1–8.

- audition
span
outrageous
echo
cover
versions
grunge
indie
overlap
- 1 type of rock music from the late 80s, influenced by punk
 - 2 happen at the same time
 - 3 when you act, sing or dance to get a part in a performance or as a member of a group
 - 4 shocking and unusual
 - 5 produced by small independent companies
 - 6 last for a particular period of time
 - 7 songs recorded by someone who is not the original performer
 - 8 repeat a quality or a feeling

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Темы презентаций

Подготовка презентации по теме задания

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 2. Социальные вопросы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема 1. Teensmoking.

Тема 2. Social networking effects.

Тема 3. What do you think about students and teachers befriending each other on Facebook? What are the potential issues?

Тема 4. Drinking Age: How to lower it

Тема5. Case study on Homelessness in America

Тема6. Sex, drugs, rock and roll are they good fun or a major health hazard?

Тема 3. Свободное время.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема1. Leisure time activities.

Тема2. Spending my free time.

Тема3. Hobbies, free time.

Тема4. The problems of free time activities.

Тема5. The most unusual free time activities

Тема 4. Истории.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема1. Will the advancement of computer technologies make printed books disappear?

Тема2. Reading in my life

Тема3. My favourite book.

Тема 5. Идеи.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема1. How technology has created numerous jobs to college dropouts

Тема2. How technology has led to moral decay in societies

Тема3. Impact of technology on learning

Тема4. Environment vs. Technology..

Тема 6. Возраст.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема1. Adolescent behavior problems

Тема2. Should juveniles be tried as adults

Тема3. Adolescent depression: a rampant problem

7. Средства массовой информации.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы презентаций

Тема1. How has social media impacted your life?

Тема2. Does texting worsen our vocabulary and writing abilities?

Тема3. Internet led to an increased terrorism activities

Тема4. Television violence: how it affects children

Тема презентации также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ
Представление информации	Знает стандартные этапы написания доклада, основные требования, предъявляемые к нему; владеет базовыми навыками создания презентации в пакете "Powerpoint"; однако	Строит презентацию в соответствии с требованиями, предъявляемые к ней в академическом и профессиональном сообществе; стилистически корректно выбирает языковые средства.	В презентации эффективно использует лексико-грамматические средства для выражения критической оценки, выражения собственного мнения,

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ
	допускает ряд ошибок, которые, тем не менее, не препятствуют установлению контакта с аудиторией и достижению коммуникативного эффекта. 2. 3.		резюмирования, сопоставления, объяснения и комментирования данных.
Языковые средства	Умеет выразить мысль, но с ошибками, которые, однако, не препятствуют достижению коммуникации в достаточно полном объеме; владеет ограниченным запасом слов в академической и профессиональной сферах; допускает грамматические, орфографические и пунктуационные ошибки	Способен вполне грамотно строить коммуникацию, однако набор средств языкового выражения ограничен; присутствуют нечастые грамматические, орфографические и пунктуационные ошибки.	Умеет адекватно выразить мысль, пользуясь необходимыми языковыми средствами, в т.ч.: - владеет большим запасом слов в академической и профессиональной сферах, адекватно употребляя их в речи - редко допускает грамматические ошибки - допускает небольшое количество орфографических и пунктуационных ошибок.
Стиль речи	Осведомлен о различных стилях речевого поведения, однако не всегда различает между ними; выбор средств языковой выразительности не всегда адекватен.	Выбор языковых средств в целом соответствует ситуации общения; не совершается грубых коммуникативных ошибок	Речевое поведение обучаемого строится с учетом культурных и пр. особенностей носителей языка

6.3.3 Письменные работы

Тема 1. Начало.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной
------	--

	формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
--	--

An advice forum message; editing for accuracy

When you write someone a message on an advice forum, you need to show that you identify with their problem. What would you do in a similar situation and why would you do it? You should also explain where they can get more information to help solve their problem. Remember to sign off in a friendly way and wish them good luck!

Read the forum question below and write a reply (120–180 words):

Hi Everyone,

I hope you can give me some advice! I used to be spontaneous, and a good laugh, but since I turned 30, I think I've become boring. Every day is the same. I get up, go to work, come home, watch TV and go to bed. I can't remember the last time I did something new or exciting! What can I do to get out of this rut. Even my cat is bored with me!

Isa.

Plan your writing

- What advice can you give Isa?
- Show you identify with her situation and give advice on how she can solve her problem.

Check your writing

- Have you used phrases for giving advice?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 2. Социальные вопросы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A letter of complaint

When you write a letter of complaint, you need to make sure that it is clear and concise. You need to outline your reason for writing and give a concise description of the problem. You should also propose a solution to the problem or suggest action that needs to be taken and give a suggested time frame. Use formal language and always be polite!

Write a letter (120–180 words) to your local council complaining about the noise and mess that the local rubbish collectors make every week outside your house.

Plan your writing

- Think about the content of your letter. Why are you contacting the council? Give detailed information about the problem and indicate what you expect to happen next.
- Give a time frame for action and your contact details.
- Remember to use formal language.

Check your writing

- Have you used appropriate formal language?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 3. Свободное время.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A story

Choose a story that illustrates or disproves a popular saying (120–200 words). Here are some suggestions for sayings. You may want to use one of them as the basis for your story.

Pride comes before a fall.

Once bitten, twice shy.

A bird in the hand is worth two in the bush.

Plan your writing

• Think about the structure of your story. Write an introduction referring to the saying. Set the scene and develop the story. End the story and write a conclusion that refers back to the introduction.

Check your writing

- Is most of your story in the past simple?
- Have you used adverbs of manner, adverbs to describe attitude and adverbs to describe time?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 4. Истории.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

An opinion essay

When you write an opinion essay you need to support your overall view with clear arguments and examples. You need to include arguments to support your opinion as well as counter arguments. You also need to provide a conclusion which re-states your overall opinion.

Write an essay on one of these titles (120–180 words).

Young children should not watch TV. Do you agree?

Using computers and the internet makes people less sociable. Do you agree?

People don't read books as much as they used to. Do you agree?

Plan your writing

- Think about the introduction to your essay and provide arguments and examples to support your position.

Mention some possible arguments against your position and conclude by briefly re-stating your overall opinion.

Check your writing

- Have you used linking words to make your meaning clearer?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 5. Идеи.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A report

When you write a report, it is very important to present the information clearly. Before you write the report, you need to think about how you are going to structure the different points and use a different paragraph for each. You should include a general overview, detail information relating to the different points you make and an overall conclusion.

Complete the report by comparing computer sales figures in the table and then providing an overall conclusion (100–150 words). Use at least six of the expressions in exercise 4.

Plan your writing

- Think about the content of your report. Provide a general description of computer sales, contrast sales of tablet and personal computers and mention sales of different types of phones and computers in your conclusion.

Check your writing

- Have you used at least six of the expressions in exercises 4 and 5?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 6. Возраст.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

An informal email

Informal emails contain colloquial language and contracted forms. They often contain informal punctuation, such as exclamation marks (!) and dashes (–).

You've just started a new job. Write an email to a friend to describe how things are going (120–180 words).

Plan your writing

- Think about the content of your email. What is your opening message? What information do you want to include? How will you close the email?

Check your writing

- Have you used informal language and punctuation?
- Have you used contractions?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 7. Средства массовой информации.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A discursive essay

When you write a 'for and against' essay, you need to give a balanced view and describe both sides of the argument. It is a good idea to use linkers of contrast to signal different viewpoints. Usually, you don't express your own opinion until the end of the essay.

Write a discursive essay on one of these topics (250–300 words).

The media should not investigate the private life of royal families.

The media prefers negative stories to positive ones.

The standard of journalism on the internet is lower than in print.

Plan your writing

- Think about the content of your essay. Introduce the topic and give arguments in support of the proposition.
- Give arguments against the proposition and conclude by giving your personal opinion or briefly summarizing the arguments in the essay.

Check your writing

- Have you used some linkers of contrast?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 8. Поведение.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

1) an informal article

When you write an informal article, you should use conversational language and talk directly to the reader. Although the article is informal, it is important to structure it clearly. Write an introduction, separate paragraphs to illustrate your different points and a conclusion.

Write an informal article on one of these topics (250–300 words).

How to make friends

How to become rich

How to be healthier

Plan your writing

• Think about the content of your article. What points do you want to make? Organise your points into separate paragraphs and write a short conclusion.

Check your writing

- Have you used informal language?
- Have you used linkers to structure the article?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 9. Проблемы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A 'how to' leaflet

When you write a 'how to' leaflet, it should be easy to read quickly. For this reason, you need to use a clear layout and to divide your ideas into different sections. It's also a good idea to give each section a subtitle and to use bullet points where appropriate.

Write a 'how to' leaflet on one of these topics (200–250 words).

How to use your time better

How to stop smoking

How to enjoy work more

Plan your writing

• Think about the content of your leaflet and give it a clear title. Use bullet points, imperatives and contractions where appropriate.

Check your writing

- Does your leaflet contain different sections, each with a clear subheading?
- Is it clear and easy to read?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Тема 10. Культура.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

A review

When you write a film review, you need to help people to decide if they might want to see the film. You should provide the names of the main actors and the director, and you should also describe in general terms what the film is about and where it takes place. However, don't describe the plot in detail as this can spoil the film for someone who decides to see it. Finally and most important of all, give your opinion of the film.

Choose a film that you have seen recently and write a review of it (120–180 words).

Plan your writing

- Think about the film you're going to review. What's it called and who is in it? Provide a brief outline of the plot and give your opinion of the different aspects of the film.
- Conclude by saying whether or not you would recommend it.

Check your writing

- In general, does your review give the reader a good general idea of the film and your opinion of it?
- Have you checked your grammar and spelling?
- Did you find any mistakes?

Критерии и шкала оценивания письменных работ

	отлично	хорошо	удовлетворительно
Выполнение коммуникативной задачи	Коммуникативная задача выполнена полностью	Коммуникативная задача выполнена почти полностью	Коммуникативная задача выполнена лишь частично.
Организация	Формальные требования к объему соблюдены. Текст имеет четкую организацию.	Формальные требования к объему в целом соблюдены. Текст имеет четкую организацию.	Формальные требования к объему не полностью соблюдены. Организация текста не всегда прослеживается.
Лексико-грамматический аспект	Продемонстрировано уверенное владение функциональными клише, необходимыми для написания определенного типа текстов. Использован широкий диапазон лексико-грамматических средств: Употреблены сложные лексические и грамматические	Продемонстрировано достаточно уверенное владение функциональными клише, необходимыми для написания определенного типа текстов. Использован достаточный диапазон лексико-грамматических средств: употреблены некоторые сложные лексические и	Продемонстрировано недостаточно уверенное владение функциональными клише, необходимыми для написания определенного типа текстов. Использован ограниченный диапазон лексико-грамматических средств: в недостаточном количестве

	конструкции, употреблена лексика по специальности.	грамматические конструкции, лексика по специальности.	употреблены сложные лексические и грамматические конструкции, лексика по специальности.
Орфографическая и пунктуационная грамотность	Отсутствуют ошибки в орфографии и пунктуации, препятствующие пониманию текста.	Присутствуют ошибки в орфографии и пунктуации, не препятствующие пониманию текста.	Присутствуют в небольшом количестве ошибки в орфографии и пунктуации, препятствующие пониманию текста.

6.3.4. Устный ответ

Тема 1. Начало.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: “A personality profile: in what way each person would be a good match for you to enjoy meeting socially”.

Диалог:

Work in pairs and discuss the questions:

Would you use speed flatmating to find or rent out a room?

If you were looking for a flatmate, which of the topics below would you ask about? What sort of questions would you ask?

Work in pairs or small groups and discuss: Which of you is the biggest ‘novelty addict’? What kinds of products do you have to upgrade continuously? Why?

Work in pairs and discuss.

1 Which of the four people in the recording do you most identify with? Why?

2 Do you agree that new things are always better? Explain your answer.

3 Which things are you happy to buy second-hand? Why?

Ролевая игра:

A) You booked a flight ticket online, but you entered the wrong date for the return flight by mistake.

Phone the customer service and try to change the booking. To prepare, make notes in two or three enquiries you will make and predict what the customer service person might say. (ex.6A p.15)

B) You work at the front desk of a hotel and handle reservations. A customer calls to check a booking and possibly upgrade to a better room. When the customer calls make sure you:

- What the customer ‘s name is
- don’t find the booking immediately...only after a delay.

Тема 2. Социальные вопросы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог:

“Surveillance society: pros and cons”

Диалог:

Work in pairs and discuss:

What do you think are three main social problems in your country?

Do you think these problems are present all over the world or are they specific to your country?

For each problem, can you suggest one change or action that could make a positive difference?

Work in pairs or small groups and discuss.

1 What is your opinion about music streaming? Do you listen to music this way?

2 Do you think music streaming is fair for artists? Why/Why not?

3 Would you be interested in ‘owning’ music physically, e.g. vinyl records?

4 Do the same arguments apply to other media, e.g. books or videos?

Ролевая игра:

A) You belong to one of four groups (the police, the local residents, parents, teenagers). Make a list of your reasons for and against the police plans to install the security cameras.

B) Roleplay “The happiness formula” p.28 - 29

Тема 3. Свободное время.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: “Downtime : the way people spend their holidays ”

Диалог:

Work in pairs or small groups and discuss.

1 Can you think of an original place to go on holiday? What makes it original?

2 Describe the place and try to persuade your partner(s) of its attractions.

3 Do you like the idea of an organised holiday, or do you prefer an independent trip which you design yourself? Why?

Ролевая игра:

A) Work in pairs and discuss the difference between a” niche” holiday and a “flopout” holiday. (p.166 audioscripts Unit3 Recrding1 and Traveller’s quiz p.37)

B) Work in pairs. Student A describes the procedure to the other student. Student B asks mirror questions. (ex.5A, ex.7A p.39)

C) Work in pairs and take turns asking and answering questions about niche holidays. Work with a new partner, use your notes to design a niche holiday for each of your original partners. Tell your original partner about the holiday you have designed.

Тема 4. Истории.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог:

“My favourite film/book/writer”

Prepare a life story about someone –a famous figure, a family member or an acquaintance. Use at least five multi-word verbs.

Диалог:

Work in pairs and discuss.

1 What films can you think of that have been adapted from novels?

2 Which ones did you enjoy?

3 Did you enjoy the book more than the film, or vice versa? Why?

Choose a book and be ready to persuade the other student should read it. (The main events in the story, why you liked this book, the main characters etc.)

Ролевая игра:

Make up the dialogue where two friends are discussing what their likes and dislikes in reading are. (refer to the script 4.4 in ex.3B p.50)

Тема 5. Идеи.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: “Viral advert”

Диалог:

Choose two commonly-used inventions. Make notes about why they are important. Work in pairs, compare your ideas and agree on the most important invention. Work with another pair, try to persuade them that your invention is the most important.

Work in groups, choose one of the topics below and brainstorm at least five ideas:

- How to encourage people to learn a foreign language
- How to make men interested in shopping
- How to get people visit a particular country or city

- How to encourage young people to be more polite to older people

Ролевая игра:

A) Work in pairs. Student A: turn to page 160. Student B: turn to page 163. Choose one of the business ideas to present to each other. (Make use of key phrases in ex.3D p.65.)

Тема 6. Возраст.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: “What’s the best and the worst thing about being your age”

Диалог:

Work in pairs or small groups and discuss.

- 1 Would you like to take part in a voluntourism project? Why/Why not?
- 2 If you did take part, what kind of scheme would interest you? Where would you like to go?
- 3 Are there any projects that you could be involved in in your local community?
- 4 What kinds of people do you think need help near you?

Ролевая игра:

A) You are going to take part in a radio phone-in. Student A: turn to page 159. Student B: turn to page 160. Student C: turn to page 162.

B) Choose one of the topics for a debate, use either “for” or “against” statements. List at least four points to support your opinion:

- Junk food can shorten your life and should be made illegal
- Politicians should be young – younger adults understand the changing world better

C) Children should take better care of their parents when they get old

Тема 7. Средства массовой информации.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: “Mass media”

Диалог:

What do you think about six topics that keep tabloids in business?

Discuss the questions: 1. Do you know any hoax photos or news stories? 2. Are hoax photos that make fun of celebrities or public figures offensive or simply funny?

Тема 8. Поведение.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: "The type of person you are"

Диалог:

Discuss your attitude to time: are differences personal or are they cultural or both?

Think of a real-life situation when it was hard for you or someone you know to decide how to react. Work in pairs, discuss, ask and answer questions.

Ролевая игра:

Work in pairs. For each situation below, write the first two sentences of the conversation. Role-play the situations.

A) You've been driving your colleague to work for over a month. He/She has never offered you money for petrol.

B) Your neighbor leaves bags of rubbish in the hall for he eventually takes them out but there's always a bad smell in the hall as a result.

Тема 9. Проблемы.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: "Crime"

Диалог: Work in pairs or small groups and discuss:

Do you think your country does enough to combat crimes?

What could be done to ease the unfairness of the justice system?

Ролевая игра:

A) It was a burglary in your house last night. Student A: turn to p.161, Student B: turn to p.162

Тема 10. Культура.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Монолог: "Pop culture and your attitude to it"

Диалог:

Work in pairs or small groups and discuss.

1 Think of your favourite music groups or artists. Who would you say influenced their music? Who have they influenced?

2 Consider other media. Can you think of films, books or artworks which are very similar or overlap in any way?

3 Are there any true artists left or is everything derivative these days?

Ролевая игра:

A) Design a one-hour walking or cycling tour of your town/city for a visiting friend. Use notes on: four or five places to see; a fact or personal opinion about each sight; some approximate numbers associated with the place how many people visit it, how much it costs, how old/long/high etc. it is).

Role-play it (student A – a guide, student B – a visitor)

Критерии и шкала оценивания устного ответа (монолог).

	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
Содержание	Тема раскрыта в полном объеме.	Тема раскрыта не в полном объеме.	Тема раскрыта не полностью.	Отсутствие попыток раскрыть тему.
Организация	Высказывание организовано логично. Наличие вступления и заключения, завершенность высказывания.	Высказывание организовано логично. Но не всегда прослеживается структура высказывания.	В организации высказывания не прослеживается логическая связь. Не соблюдается структура высказывания. Имеется много повторов.	Практически отсутствует связанное высказывание. Наличествует отдельные фразы.
лексика	Словарный запас адекватен теме. Имеется разнообразие используемого речевого и языкового материала.	Словарный запас достаточен, но наблюдаются некоторые трудности с подбором слов. Используется структуры, в целом соответствующие поставленной задаче.	Используется ограниченный словарный запас.	Словарный запас недостаточен для выполнения поставленной задачи.
грамматика	Практически отсутствуют ошибки в грамматических структурах.	Допускаются ошибки, не затрудняющие понимание. Используются разнообразные грамматические конструкции.	Количество грамматических конструкций ограничено. Допускается неправильное использование грамматических структур, затрудняющее понимание.	Количество грамматических конструкций крайне ограничено. Значительное количество грамматических ошибок, в том числе грубых, препятствующее пониманию.
фонетика	Речь понятна. Все звуки произносятся правильно.	Ошибки отсутствуют или редки и не являются грубыми	В отдельных случаях понимание речи затруднено из-за наличия фонематических	Речь почти не воспринимается на слух из-за большого количества ошибок.

			ошибок (более 7).	
--	--	--	-------------------	--

Критерии и шкала оценивания оценки устного ответа (диалог, ролевая игра)

	отлично	хорошо	удовлетворительно
Содержание	Соблюден объем высказывания. Высказывание соответствует теме; отражены все аспекты, указанные в задании, стиливое оформление речи соответствует типу задания, аргументация на уровне, нормы вежливости соблюдены.	Не полный объем высказывания. Высказывание соответствует теме; не отражены некоторые аспекты, указанные в задании, стиливое оформление речи соответствует типу задания, аргументация не всегда на соответствующем уровне, но нормы вежливости соблюдены	Незначительный объем высказывания, которое не в полной мере соответствует теме; не отражены некоторые аспекты, указанные в задании, стиливое оформление речи не в полной мере соответствует типу задания, аргументация не на соответствующем уровне, нормы вежливости не соблюдены.
Организация	Адекватная естественная реакция на реплики собеседника. Проявляется речевая инициатива для решения поставленных коммуникативных задач.	Коммуникация немного затруднена.	Коммуникация существенно затруднена, учащийся не проявляет речевой инициативы.
Лексика	Лексика адекватна поставленной задаче и требованиям данного года обучения языку.	Лексические ошибки незначительно влияют на восприятие речи учащегося.	Учащийся делает большое количество грубых грамматических ошибок.
Грамматика	Использованы разнообразные грамматические конструкции в соответствии с задачей. Редкие грамматические ошибки не мешают коммуникации.	Грамматические незначительно влияют на восприятие речи учащегося.	Количество грамматических конструкций крайне ограничено; Значительное количество грамматических ошибок, в том числе грубых
Произношение	Артикуляцию говорящего легко понять; Темп речи нормальный; Интонирование верно; Речь звучит в естественном темпе, нет грубых фонетических ошибок.	Говорящего иногда сложно понять из-за неправильного произношения и/ли тихого голоса; Речь иногда неоправданно паузирована. В отдельных словах допускаются фонетические ошибки (замена, английских фонем сходными русскими). Общая интонация обусловлена влиянием родного языка.	Говорящего очень сложно понять; Речь воспринимается с трудом из-за большого количества фонетических ошибок. Интонация обусловлена влиянием родного языка.

Способность к коммуникативному партнерству	<p>Студент способен вести беседу на ИЯ, легко взаимодействовать с речевым партнером в условиях иноязычного общения и адекватно реагировать на его реплики, подключая фактическую информацию, выражая свое мнение и отношение и давая комментарии по проблеме. Владеет техникой ведения беседы (начать и закончить разговор, расспросить, дать информацию, побудить к действию, может помочь собеседнику выразить свое мнение, при затрагивании дискуссионных вопросов следует социкультурным нормам вежливости). В случае речевого недопонимания использует технику выхода из затруднительных коммуникативных ситуаций. Способен к инициативной речи.</p>	<p>Студент способен легко вести беседу, может без особых трудностей участвовать в речевом взаимодействии, включая фактическую информацию и выражая свое мнение по проблеме. Но не всегда следит за собеседником, ему не всегда удается спонтанно отреагировать на реплики речевого партнера. Некоторые реплики им не совсем понимаются, но он и не стремится уточнить предмет разговора, избегает расспросов. Испытывает некоторые трудности при выборе стратегии ведения беседы и выхода из затруднительных положений. Не всегда склонен к использованию инициативной речи.</p>	<p>Студент может определить необходимость той или иной информации при выражении своего мнения. Ему необходимы объяснения и пояснения речевых реплик партнера. Его ответы просты и иногда нерешительны. Студент не всегда соблюдает временной регламент беседы, часто делает неоправданные паузы, что нарушает речевое общение между партнерами. Иногда нелогичен в своих высказываниях, легко сбивается на заученный текст. Почти не способен к инициативной речи.</p>
--	---	--	--

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине являются **зачет (1-3 семестр) и экзамен (4 семестр)**, которые служат для оценки работы студента в течение семестра. Они призваны выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Зачет

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»**, **«незачтено»**.

Проверяемые компетенции:

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Вопросы к зачету:

1 семестр

1. Устная тема: “A personality profile: in what way each person would be a good match for you to enjoy meeting socially”.
2. Устная тема: “Surveillance society: pros and cons”
3. Ролевые ситуации:
 - A) You booked a flight ticket online, but you entered the wrong date for the return flight by mistake. Phone the customer service and try to change the booking. To prepare, make notes in two or three enquiries you will make and predict what the customer service person might say. (ex.6A p.15)
 - B) You work at the front desk of a hotel and handle reservations. A customer calls to check a booking and possibly upgrade to a better room. When the customer calls make sure you:
 - What the customer’s name is
 - don’t find the booking immediately...only after a delay.
4. Ролевые ситуации:
 - A) You belong to one of four groups (the police, the local residents, parents, teenagers). Make a list of your reasons for and against the police plans to install the security cameras.
 - B) Roleplay “The happiness formula” p.28 - 29

2 семестр

1. Устная тема: “Downtime : the way people spend their holidays ”
2. Устная тема: “My favourite film/book/writer”
3. Устная тема: “Brainstorming”
4. Ролевые ситуации:
 - A) Work in pairs and discuss the difference between a “niche” holiday and a “flopout” holiday. (p.166 audioscripts Unit3 Recording1 and Traveller’s quiz p.37)
 - B) Work in pairs. Student A describes the procedure to the other student. Student B asks mirror questions. (ex.5A, ex.7A p.39)
5. Ролевые ситуации:
 - A) Make up the dialogue where two friends are discussing what their likes and dislikes in reading are. (refer to the script 4.4 in ex.3B p.50)
 - B) Prepare a life story about someone –a famous figure, a family member or an acquaintance. Use at least five multi-word verbs.
 - C) Choose a book and be ready to persuade the other student should read it. (The main events in the story, why you liked this book, the main characters etc.)
6. Ролевые ситуации:
 - A) Work in pairs. Student A: turn to page 160. Student B: turn to page 163. Choose one of the business ideas to present to each other. (Make use of key phrases in ex.3D p.65.)

3 семестр

7. Устная тема: “What’s the best and the worst thing about being your age”
8. Устная тема: “Massmedia”
9. Устная тема “The type of person you are”
10. Устная тема “Crime”

11. Устная тема “Pop culture and your attitude to it”

12. Ролевые ситуации:

A) You are going to take part in a radio phone-in. Student A: turn to page 159. Student B: turn to page 160. Student C: turn to page 162.

B) Choose one of the topics for a debate, use either “for” or “against” statements. List at least four points to support your opinion:

- Junk food can shorten your life and should be made illegal
- Politicians should be young – younger adults understand the changing world better

C) Children should take better care of their parents when they get old

11. Ролевые ситуации:

A) What do you think about six topics that keep tabloids in business.

B) Discuss the questions: 1. Do you know any hoax photos or news stories? 2. Are hoax photos that make fun of celebrities or public figures offensive or simply funny?

13. Ролевые ситуации:

A) Discuss your attitude to time: are differences personal or are they cultural or both?

B) You’ve been driving your colleague to work for over a month. He/She has never offered you money for petrol.

C) Your neighbor leaves bags of rubbish in the hall for he eventually takes them out but there’s always a bad smell in the hall as a result.

14. Ролевые ситуации:

A) It was a burglary in your house last night. Student A: turn to p.161, . Student B: turn to p.162

15. Ролевые ситуации:

A) Design a one-hour walking or cycling tour of your town/city for a visiting friend. Use notes on: four or five places to see; a fact or personal opinion about each sight; some approximate numbers associated with the place how many people visit it, how much it costs, how old/long/high etc. it is).

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если студент способен грамотно строить коммуникацию на иностранном языке. Допускается ограниченность набора языковых средств выражения, а также нечастые грамматические, лексические и фонетические ошибки, не препятствующие достижению цели коммуникации.

«незачтено» ставится в случае, если студент допускает ошибки, препятствующие достижению цели коммуникации в достаточно полном объёме.

Экзамен

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Вопросы к экзамену:

В основу экзамена положены задания, аналогичные заданиям, используемым при проведении международных экзаменов в формате B2 First. Задания могут отличаться от представленных ниже при полном сохранении формата.

Письменная часть включает в себя лексико-грамматический тест (7 заданий), написание текста (2 задания), аудирование (4 задания). Устная часть состоит из 4 заданий.

Письменная часть

Лексико-грамматический тест (длительность 1 час 15 минут)

Part 1. For questions 1 – 8, read the text and choose the correct answer for each gap. Click on a gap and a choice of words will appear. Then choose the correct answer.

MULTITASKING CHILDREN

The trend for children to multitask by juggling all sorts of electronic gadgets at the same time is -0- damaging their levels of concentration, scientists have warned. They found that children -1- homework while sending messages via the internet can - 2- upspending 50% longer than if they had done each task -3-.

David E Meyer, Professor of Cognitive Psychology at the University of Michigan, said that true multitasking is -4- possible for simple activities such as ironing and listening to the radio. He ran experiments demonstrating that young adults who had to -5- from one maths problem to another wasted significant amounts of time. Meyer said: For situations -6- more complex tasks, especially those requiring language, the total time taken to get all the tasks done will increase - 7- over on 9 periods, this kind of multitasking can stress you out and -8- to mental and physical exhaustion.'

- | | | | |
|----------------|--------------|-------------|--------------|
| 1 A engaging | B tackling | C attending | D undergoing |
| 2 A turn | B come | C use | D end |
| 3 A separately | B distinctly | C apart | D aside |
| 4 A merely | B purely | C only | D simply |
| 5 A alter | B switch | C interrupt | D exchange |
| 6 A consisting | B containing | C involving | D meaning |
| 7 A largely | B greatly | C widely | D highly |
| 8 A result | B proceed | C lead | D bring |

Part 2. For questions 9-16, read the text below and think of the word which best fits each gap. Use only one word in each gap.

LEARNING A MUSICAL INSTRUMENT

Learning to play an instrument is that can give a lot of pleasure. It's also an achievement and a skill 9 stays with you for life. Music has a part to play in everyone's life, and has been described 10 a 'primary language'.

A lot of adults regret not 11 learnt to play an instrument when they were younger. But it is never 12 late to learn! And the advantages of learning an instrument are far greater than just the pleasure of producing a marvellous sound. When you've progressed far 13, there are lots of amateur groups which you can join 14 you want to be part of a larger group. Once you've reached a good enough standard to join a band or orchestra, you add the team skills like 15 you get from playing sport. There's also a great social side to playing with others, as 16 as the chance to travel through touring.

Part 3. For questions 17- 24, read the text below. Use the word given in capitals at the end of some of the lines to form a word that fits in the gap in the same line.

THE COUPLES WITH IDENTICAL LIVES

When Frank and Vera Jackson met a couple on holiday

in Spain also called Frank and Vera (but with a different surname: Bentley), at first they must have laughed at the 17 But when they got into 18 with their namesakes, they made some surprising 19 and realized that they had much more in common.

COINCIDE
CONVERSE
DISCOVER
WED

Both couples had had their 20 on the same date in the same year and at the same time. Both couples each had two daughters, with dates of 21 in the same years, and six grandchildren. Mr Jackson worked in the car industry in Oxford; Mr Bentley had done 22 the same job but in Dagenham. Their wives, who had both worked for the same bank, had both lost their 23 rings and were wearing identical gold watches. 'I'm sure people everywhere lead identical lives,' said Mr Jackson, 'but to meet our doubles was 24.

BORN
EXACT
ENGAGE
BELIEVE

Part 4. For questions 25- 30, complete the second sentence so that it has a similar meaning to the first sentence, using the word given. Do not change the word given. You must use between two and five words, including the word given.

25 Her behaviour tends to be bad when she is under pressure.

TENDENCY

She _____ badly when she is under pressure.

26 My brother earns half of what I earn.

TWICE

I earn _____ my brother

27 I got angry because of the assistant's attitude.

MADE

The assistant's attitude _____ temper.

28 He plays so skilfully that nobody can beat him.

MUCH

He plays with _____ that nobody can beat him.

29 They were late because they got stuck in traffic.

RESULT

They were late _____ stuck in traffic.

30 Yesterday I met one of my friends by chance in the supermarket.

RAN

Yesterday I _____ mine in the supermarket.

Part 5. You are going to read a newspaper article about careers advice. For questions 31- 36, choose the answer (A, B, C or D) which you think fits best according to the text.

Finding the career that fits your personality

'If you've finished your exams and have absolutely no idea what to do next, you're not alone,' says Sheridan Hughes, an occupational psychologist at Career Analysts, a career counselling service. 'At 18, it can be very difficult to know what you want to do because you don't really know what you're interested in.' Careers guidance, adds Alexis Hallam, one of her colleagues, is generally poor and 'people can end up in the wrong job and stay there for years because they're good at something without actually enjoying it.'

To discover what people are good at, and more fundamentally, what they will enjoy doing, Career Analysts give their clients a battery of personality profile questionnaires and psychometric tests. An in-depth interview follows, in which the test results are discussed and different career paths and options are explored with the aid of an occupational psychologist. Career Analysts offers guidance to everyone, from teenagers to retirees looking for a new focus in life. The service sounded just what I needed. Dividing my time as I do between teaching and freelance journalism, I definitely need advice about consolidating my career. Being too ancient for Career Analysts' student career option guidance and not, unfortunately, at the executive level yet, I opted for the career management package.

This is aimed at people who are established in their jobs and who either want a change or some advice about planning the next step in their careers.

Having filled in a multitude of personality indicator questionnaires at home, I then spent a rather gruelling morning being aptitude- tested at Career Analysts' offices.

The tests consisted of logical reasoning followed by verbal, mechanical and spatial aptitude papers. Logical reasoning required me to pick out the next shape in a sequence of triangles, squares and oblongs. I tried my best but knew that it was really a lost cause. I fared rather better when it came to verbal aptitude - finding the odd one out in a series of words couldn't be simpler. My complacency was short-lived, however, when I was confronted with images of levers and pulleys for the mechanical aptitude papers. My mind went blank. I had no idea what would happen to wheel X when string Y was pulled.

Having completed my personality and aptitude tests, I sat down with Sheridan Hughes, who asked me fairly searching personal and professional questions. What do my parents and siblings do for a living? Why had I chosen to do an English degree? 'I need to get a picture of you as a person and how you've come to be who you are,' she explained. 'What we do works because it's a mixture of science and counselling. We use objective psychometric measures to discover our clients' natural strengths and abilities and then we talk to them about what they want from life.'

There were no real surprises in my own test results, nor in the interview that followed it. 'We're interested in patterns,' Mrs Hughes explained, 'and the pattern for you is strongly verbal and communicative.' This was putting it rather kindly. I had come out as average on the verbal skills test and below average in logic, numerical, perceptual and mechanical reasoning. My spatial visualization was so bad it was almost off the scale. 'A career in cartography, navigation, tiling or architecture would not be playing to your strengths,' she said delicately.

Mrs Hughes encouraged me to expand the writing side of my career and gave me straightforward, practical suggestions as to how I could go about it. 'Widen the scope of your articles,' she said. 'You could develop an interest in medical and psychological fields.' These latter, she said, would sit comfortably with an interest in human behaviour indicated on my personality-profiling questionnaires. She suggested that I consider writing e-learning content for on-line courses, an avenue that would never have occurred to me.

31 Which of the following is mentioned in the first paragraph?

- A people underestimating their own abilities
- B people accepting inappropriate advice
- C people being unwilling to take risks
- D people constantly changing their minds

32 What does the writer say about Career Analysts in the second paragraph?

- A It is about to offer a service for people at executive level.
- B The range of services it offers is unique.
- C She was initially doubtful that it could be useful to her.
- D Only one of its services was relevant to her.

33 What happened when the writer took the aptitude tests?

- A She found two of the papers extremely difficult.
- B She put in very little effort on any of them.
- C She didn't understand what she was required to do on one of them.
- D The papers were not what she had been expecting.

34 Some of the questions Sheridan Hughes asked concerned the writer's

- A opinions of the tests and questionnaires.
- B relationships with family members.
- C main regrets.
- D progress through life.

35 The writer felt that during the interview, Mrs Hughes

- A was keen not to upset her concerning her test results.
- B seemed surprised at how badly she had done in the tests.
- C was being honest about her strengths and weaknesses.
- D preferred to avoid talking about her test results.

- 36 The advice Mrs Hughes gave to the writer included the suggestion that she should
- A think about taking a course on writing.
 - B concentrate only on writing and not on any other kind of work.
 - C increase the number of subjects she writes about.
 - D do something she had previously considered unappealing.

Part 6. You are going to read an article about martial arts. Six sentences have been removed from the article. Choose from the sentences A-G the one which fits each gap (37- 42). There is one extra sentence which you do not need to use.

MARTIALARTS CLASSES

Learn an effective fighting and self-defence system

Tony Chang is a martial artist who has served a long apprenticeship in both the internal and external arts. He is respected worldwide as a martial arts instructor in kenpo, t'ai chi ch'uan and chi kung and runs several of his own clubs in Manchester. He also has several training videos and DVDs to his credit. In fact, he was one of the pioneers of teaching the Martial Arts Techniques series on the worldwide web. 37.

Tony is now in the process of producing what he considers to be the 'ultimate street survival' DVD, combining fighting and self-defence with energy (chi) development and enhancement. A few years ago, he was inducted into the Martial Arts Hall of Fame for integrating his internal martial arts knowledge with the fast-paced external striking style that kenpo is noted for, and developing kenpo taiji. 38.

It is not based purely on physical strength.39. As Tony explains, 'It is 50 per cent physical and 50 per cent in the mind. It is a scientific fact that we have three brains inside our head. As well as the intellectual brain which forms 90 per cent of our overall brain, five per cent is the artistic brain which is responsible for subconscious body movement and five per cent constitutes the reptilian brain, which is purely reflex. This is the same brain as that of all reptiles, such as snakes and crocodiles - this is our survival brain.'

40. That is because they use the logical, intellectual brain to teach logical pre-arranged techniques. However, fighting is totally illogical and we cannot apply logic to an illogical situation, so our response to an attack must be reflex. Students achieve this in kenpo taiji by learning how to access their reptilian brain. Tony says there is no time to think in a fight situation. 'If you stop to think, you'll get hit,' he explains.

Tony is running beginners' classes in kenpo taiji. 41. These include how to adopt certain body postures which encourage energy to flow from an energy storage centre known as the dan tied up to the brain stem. Students are then in reptile brain mode, ready to defend themselves against any attacker. And they learn training methods designed by the ancient Chinese masters to programme this part of the brain subconsciously with correct fighting principles.

As well as being an effective fighting and self-defence system, kenpo taiji teaches students to develop and intensify the flow of their own internal energy (chi) by training in chi kung and traditional t'ai chi ch'uan, enabling them to achieve perfect health.42. And in addition to that, during the classes some of the greatest martial arts secrets are revealed by Tony.

- A If that were the case, the stronger, bigger person would always win
- B As a result of such experiences, more and more people are taking it up.
- C This is one of the most formidable street survival, fighting and self-defence systems ever invented.
- D Students attending these are taught several training methods.

E If you take it up, you will learn how to get into this condition and you will be able to defend yourself whatever your size, age or gender.

- F Many others have now followed his lead.
- G Most martial arts are not street effective.

Part 7. You are going to read a magazine article about the best way to see certain artistic masterpieces in various buildings. For questions 43- 52, choose from the buildings (A- D). The buildings may be chosen more than once.

Of which building are the following stated?

- 43. Different categories of visitor are anxious to view the masterpiece.
- 44. Some people have the wrong idea about when the building is open.
- 45. You may have some difficulty making your arrangements for your visit.

46. On your return journey through the building, you can look at works of art you missed earlier.
47. You will be able to get to the masterpiece before other visitors, because they will stop to view other works of art
48. Holidaymakers do not normally visit the building but it is an excellent place.
49. A rule prevents people from viewing the masterpiece for too long.
50. Make sure you remain in front of the crowds of people as you go through the building.
51. There is a period when most visitors have left the building.
52. One suggestion for visiting the building is not as unrealistic as it may appear.

Smart Art

The queue-buster's guide to the world's greatest masterpieces

Early openings, private viewings -here's everything you need for a magic moment with the world's most famous masterpieces

A The Birth of Venus

Uffizi, Florence, Italy

The Florentine master Sandro Botticelli created one of the most graceful and joyful images of the modern age, and the single most popular painting in the Uffizi. To see it at its best, you need to pre-book a ticket for timed entry at 8.15 a.m., courtesy of the Firenze Musei booking service; don't be put off if you can't get through on the phone first time. Once inside, head straight for the suite of rooms I0-I4, where the Botticellis are displayed. Then take in the other highlights of the collection - the Da Vincis in room 15, the Raphaels in room 26, and the Caravaggios in room 43 - staying ahead of the hordes as you go. If there are any gaps you want to fill in, work backwards towards the entrance: by now, the crowds will be unavoidable, but you'll have already had the masters to yourself.

B The Death Mask of Tutankhamun

Egyptian Museum, Cairo, Egypt

It is, of course, impossible for one object to embody the vigour and sophistication of ancient Egypt's culture. But the funerary mask of the boy-king Tutankhamun comes close. Eleven kilos of solid gold, inlaid with lapis lazuli, glass paste and semi-precious stones, it's the undisputed star of the Egyptian Museum - which, given the array of mummies, colossi, thrones and jewellery on show here, gives you an idea of its charisma. Whatever the season, there are people clamouring to see it: hefty groups from the cruise liners and Red Sea resorts in the summer and a steady stream of culture-vultures on Nile tours in the cooler months. At least the museum's policy of not allowing guides to stop and talk in front of its display case, in room 5 up on the first floor, means that the flow of visitors doesn't get too congested. But if you want some proper quiet, you need to come at lunchtime. There are fewer independent travellers about, and it's changeover time for the tour parties too. The quietest time is between 11.30 a.m. and 2 p.m. on midweek days in July and August, when the bus tours take all the tourists away for their lunches.

C The Sistine Ceiling

Vatican Museums, Rome, Italy

The really smart way to see Michelangelo's masterwork is on a private tour. At first sight, this looks prohibitively expensive. But form a group of like-minded friends, and suddenly you have the experience of an art-loving lifetime for the price of dinner for two in a posh restaurant. If that's not an option, then you've got to be first in, which means arriving at the vast Vatican Museums complex at least an hour before the doors open, armed with a good map (most Rome guidebooks have them) and a pair of binoculars. Once you're inside, hurry to the chapel - it's at the far end of the complex, and most people will be distracted by some of the other world-class exhibits. The binoculars, by the way, are essential. Michelangelo's forms hover some 20m overhead.

D Girl With A Pearl Earring

Mauritshuis, The Hague, The Netherlands

Vermeer's delicate, deeply ambiguous portrait is one of the most finely observed in all western art. Its home, the Mauritshuis, is some way off the tourist map - even though it's one of the best small museums in Europe - but Dutch school kids make the pilgrimage in droves. A Monday in summer is your best bet for a private view - it's closed that day in winter, and locals assume it's a year-round day off.

Сочинение (1 час 20 минут)

Part 1. You must answer this question. Write your answer in 40-90 words in an appropriate style.

In your English class you have been talking about computer games and the effects they have on people who play them. Now, your English teacher has asked you to write an essay.

Write an essay using all the notes and give reasons for your point of view.

Computer games are very bad for people and they cause a lot of problems. Do you agree?

Notes

write about:

1 time spent playing the games

2. feelings they give to people

a (your own idea)

Part 2. Write an answer to one of the questions 2-4 in this part. Write your answer in 140-190 words in an appropriate style.

- You are going to visit Britain for three weeks in the near future. You have received an email from a British friend, Olivia. Read this part of Olivia's email and then write your email to Mr and Mrs Hampson. While you're here, you could stay with some relatives of mine (Joe and Lisa Hampson) who live in the Midlands, I've spoken to them and they'd be pleased to put you up for a few days. I think you should write to them (address below), tell them about yourself and your plans, and ask for information about what you can do there.

Write your email.

- You have seen this announcement in an international magazine.

PERFORMING IN PUBLIC

Tell us about your experience of performing or speaking in public. What did you do and where? How did it go? Was it a success or a disaster? And how did you feel? We'll publish the best articles in a special section next month.

Write your article.

- You recently saw this notice in an English-language magazine.

WHAT DON'T YOU LIKE ON TV?

Is there a programme on TV that you really dislike? We're looking for reviews of programmes you really can't stand. Tell us what you don't like about the programme and we'll publish the angriest reviews!

Write your review.

Аудирование (40 минут)

Part 1. You will hear people talking in eight different situations. For questions 7-8, choose the best answer, (A, B or C).

You hear someone talking about football referees. What is the speaker's attitude towards referees?

A They make too many mistakes.

B They deserve sympathy.

C Some are better than others.

You hear a famous chef talking about his week. What does he say about what happened during the week?

A He had a problem that was not his fault.

B He didn't want to appear on so many programmes.

C He had his first experience of live TV.

You hear someone talking about her career in dancing. What does she emphasize?

A The contribution made by her parents

B How much hard work she did

C Her desire to be a dancer

You hear someone talking on the phone at work. Who is she talking to?

A a colleague

B her boss

C a client

You hear a radio presenter talking about a book. What feeling does the presenter express about the book?

A doubt that it does exactly what it says it does

B amazement at how up to date its information is

C curiosity about how it was written

You hear part of an interview with a famous comedian. What does he say about his school days?

A The teachers never criticized him.
B He was only good at one subject.
C Other people found him amusing.
You hear someone talking about a person he knows.
What is the speaker doing?

- A complaining
- B apologizing
- C arguing

You hear a tour guide talking to a group of visitors to a museum. What does he tell them about the museum?

- A It's easy to get lost in it.
- B Big groups aren't allowed in some parts of it.
- C It's better only to visit a small part of it.

Part 2. You will hear someone talking about the sport of elephant polo. For questions 9-18, complete the sentences with a word or short phrase.

ELEPHANT POLO

Elephants are 9 animals and so they enjoy elephant polo. The 10 of a goal in elephant polo is the same as in football. A player and an elephant 11 both sit on each elephant. It is against the rules for the elephants to use their trunks to the ball. A total of 13 elephants are required for a game to take place. The participants are in action for a total of 14 during each game. The stick used in the game is both 15 and . The elephants sometimes want to 16 and in front of a goal. An elephant with a bad 17 will be taken out of a game. African elephants are not used because 18 cause a problem.

Part 3. You will hear five different people talking about cities they have visited. For questions 19-23, choose from the list (A-H) the opinion each person gives about the city. Use the letters only once. There are three extra letters which you do not need to use.

- A It was exactly as I had imagined.
- B It is not as good as it used to be.
- C It is smaller than I had thought.
- D It is hard to find your way around it.
- E It is overrated.
- F It is better for a long visit than a short one.
- G It can get too crowded.
- H It was even better than I expected.

Part 4. You will hear an interview with someone who is involved in the music business. For questions 24-30, choose the best answer (A, B or C).

24 What does James say about the radio station he started?

- A Its name was very appropriate.
- B It was more popular than he had expected.
- C It was not very expensive to run.

25 What does James say about people's attitudes towards his age?

- A They were nicer to him when he was 12 than when he was 16.
- B They were more jealous of him when he was 12 than when he was 16.
- C They expected more of him when he was 16 than when he was 12.

26 James says that his career in music has included

- A taking over a local radio station.
- B making advertisements.
- C setting up new festivals.

27 What do we learn about advertising on James' TV channel?

- A There isn't any of it.
- B It always includes music.
- C It doesn't interrupt the programmes.

28 What does James say about the people interviewed on the channel?

They have to say something interesting.
They enjoy being interviewed.
They often say unexpected things.
29 What does James say about his ideas?
A Some of them are not very realistic.
B He expects to have good ones all the time.
C He makes sure that he doesn't forget them.
30 James' advice to listeners who might want to go into business is to
A forget about past problems.
B learn from past mistakes.
C take big risks.

Устная часть (14 минут)

Part 1. (2 minutes)

Where you live

Where do you live?

How long have you been living there?

What kind of building do you live in? What do you like / dislike about the town / village / district where you live?

Have you been to many other countries? (Which ones?)

Would you like to travel more? (Where?)

What's the best country / city / region that you've visited? (Why?)

Which country / city / region would you most like to visit? (Why?)

Part 2. (4 minutes)

Candidate A Look at the two photographs. They show people doing outdoor activities.

Compare the photographs and say what the people are trying to do.

Candidate A talks on his / her own for about 1 minute.

Candidate B Which of the activities would you prefer to do, and why?

Candidate B talks on his / her own for about 30 seconds.

Part 3. (4 minutes)

Imagine that a local museum is trying to increase visitor numbers. Look at the ideas for new exhibitions that are being considered by the museum.

First, talk to each other about how popular each of the suggestions would be.

Then decide which two would attract the most visitors to the museum.

Candidates A and B discuss this together for about 3 minutes.

Part 4. (4 minutes)

Do you like going to museums or art galleries? (Why / Why not?)

Which of the subjects interests you the most and which interests you the least? (Why?)

What are the most well-known museums or art galleries in the place you come from?

What do they have in them?

What kind of things do museums offer to attract young people?

What is the most interesting museum or art gallery that you've been to? (Why?)

Which museum or art gallery would you most like to visit? Where is it? What does it have in it? What would you like to see there? (Why?)

Some people think that museums and art galleries are boring. Do you agree?

Критерии и шкала оценивания компетенций

Экзамен состоит из 4 частей, 3 письменных и одной устной.

В лексико-грамматическом тесте правильные ответы в 1, 2, 3, 7 заданиях оцениваются в 1 балл, в 4, 5, 6 – в 2 балла. Максимально возможное количество баллов – 70.

В написании текстов в части «Сочинение» студент получает от 0 до 5 баллов по каждому из следующих аспектов работы: содержание, решение коммуникативной задачи, организация текста, языковые средства. Максимально возможное количество баллов за каждое задание – 20, за всю часть – 40.

В аудировании каждый правильный ответ оценивается в 1 балл, максимально возможное количество баллов – 30.

Устная часть предполагает парную работу студентов, однако каждый из них оценивается отдельно. Студент получает от 0 до 5 баллов по каждому из следующих аспектов: разнообразие используемых грамматических и лексических средств языка, управление дискурсом, произношение, вовлеченность в коммуникацию; от 0 до 20 баллов за достижение цели коммуникации. Максимально возможное количество баллов – 60.

Ниже представлена шкала соответствия результатов отдельных частей экзамена общеевропейской шкале языковых компетенций:

Лексико-грамматический тест	Сочинение	Аудирование	Устная часть	Общеевропейская шкала языковых компетенций
70	40	30	60	190
69	39		59	189
68	38	29	58	188
67	37		57	187
66	36	28	56	185
64	35	27	55	183
61	34	27	54	180
60	33		53	179
59		26	53	178
58	32		51	177
57		25	50	176
56	31		49	175
55		24	48	174
54	30		47	173
53		23	46	172
52	29		45	170
51		22	44	169
50	28		43	168
49		21	42	167
48	27		41	166
47			40	165
46	26	20	39	164
45			38	163
44	25	19	37	162
43				161
42	24	18	36	160
41				159
	23		35	158

40		17		157
39			34	156
38	22			155
			33	154
37	21	16	32	153
36				152
35			31	151
34	20	15	30	150
33	19		29	148
32		14	28	147
31	18		27	145
30				144
29	17	13	26	143
28			25	141
27	16	12	24	140
26			23	138
	15			137
25		11	22	136
24			21	135
	14			134
23			20	133
22	13	10	19	131
21			18	129
	12			128
20		9	17	127
19			16	126
	11			125
18			15	124
17	10	8	14	122

Все части экзамена имеют равную значимость. Каждая часть оценивается отдельно, затем взвешенные (в соответствии с общеевропейской шкалой языковых компетенции) результаты складываются и делятся на 4 (количество частей) и округляются до ближайшего целого числа.

ОТЛИЧНО ставится в случае, если студент набрал от 160 баллов до 190 баллов, что соответствует уровню B2-C1 общеевропейской шкалы языковых компетенций.

ХОРОШО ставится в случае, если студент набрал от 140 до 159 баллов. Что соответствует уровню B1 общеевропейской шкалы языковых компетенций.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если студент набрал от 122 до 139 баллов. Что соответствует уровню A2 общеевропейской шкалы языковых компетенций.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если студент набрал менее 122 баллов.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, презентаций, тестов или письменных и устных контрольных опросов, а также посещаемость занятий, активность на практических занятиях.

Промежуточный контроль проводится в форме зачетов и экзамена.

Зачет проводится в устной форме, по результатам ставится «зачтено» или «не зачтено» на основе приведенных выше критериев.

Экзамен проводится в устной и письменной формах. Тестовые задания оцениваются по количеству правильных ответов. Творческие устные и письменные ответы оцениваются по приведенным выше критериям.

Итоговый рейтинг определяется на основе результатов текущего и промежуточного контроля. Накопленная оценка по итогам текущего контроля составляет 60% от результирующей оценки, оценка за зачет/экзамен –40%.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Viewpoint Student's Book 2/ Michael McCarthy, Jeanne McCarten, Helen Sandiford. - New York: Cambridge University Press, 2014. - 167 p.: il.. - (Cambridge). - ISBN 978-0-521-13189-6. Шифр: 811.111/М 44
2. 1.Viewpoint Teacher's Edition 2 / Michael McCarthy, Jeanne McCarten, Helen Sandiford. - New York: Cambridge University Press, 2014. - XXX, 304. - ISBN 978-1107601567. Шифр 811.111/М 44
3. 2.Viewpoint Class Audi CDs 2 / Michael McCarthy. - Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2014. - ISBN 4607167317314. Шифр 811.111/М 44

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Speakout: Upper Intermediate: Student' Book with ActiveBook/ Frances Eales, Steve Oakes. - Harlow: Pearson Education; London: BBC Books, 2011. - 175 s.: il.; 1 эл. опт. диск (DVD-ROM). - ISBN 9781408219331: 791.00, 791.00, 933.00, p.
Приложение:
1.Speakout: Upper Intermediate ActiveBook & DVD. - 2011. - ISBN 978140821699
2.Speakout: Upper Intermediate / Frances Eales, Steve Oakes. - Harlow: Pearson Education, 2011. - 2 эл. опт. диск (CD-ROM). - ISBN 4607167315693. Шифр 811.111/Е 11

7.3. Для самостоятельной работы

English Grammar in Use: A self-study reference and practice book for intermediate learners of English. Raymond Murphy. – Cambridge University Press, 2019. – 262.

English Vocabulary in Use: Vocabulary reference and practice. Stuart Redman. Cambridge University Press: 2017. – 264.

First Trtainer: Six Practice Tests with Answers. Peter May. – Cambridge University Press. – 2015. – 262.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

<http://learnenglish.britishcouncil.org/en/> – учебные ресурсы Британского совета (подкасты, мультимедиа, упражнения, тесты).

<http://www.englishclub.com/> – сайт с упражнениями для самостоятельной тренировки всех видов речевой деятельности.

<http://quizlet.com/> -тренинг орфографии и произношения, перевод, тесты, лексические игры.

<http://www.bbc.co.uk/iplayer/radio> – он-лайн радио и телевидение для тренировки навыков аудирования.

<https://www.theguardian.com/news/series/the-audio-long-read> - тексты для отработки навыков аудирования и чтения.

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> - оксфордский словарь для учащихся

<http://www.ozdic.com/> - оксфордский словарь коллокаций

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении.

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы.

При работе с англоязычными источниками, рекомендуется обращать внимание на три основных составляющие письменного текста: ключевая лексика по данной теме, структурные элементы, с помощью которых передается логика и структура текста, грамматические модели, свойственные для письменной речи (например, пассивные конструкции, безличные обороты и т.п.).

Workbook

Цель: повторение и закрепление лексико-грамматического материала, а также закрепление навыков чтения, аудирования и письма.

План:

Задания в рабочей тетради выполняются по мере освоения материала, изложенного в учебнике.

Указания к выполнению:

1. Для подготовки к выполнению самостоятельной работы необходимо изучить соответствующие разделы учебника.

2. Прежде чем приступать к работе над текстом и к тренировочным упражнениям, необходимо заучить активную лексику.
3. При выполнении заданий по лексике необходимо пользоваться разделом Vocabulary bank в Student's book.
4. При выполнении заданий по грамматике необходимо прибегать к справочным материалам – грамматическим таблицам, учебным пособиям; в разделе Language bank в Student's book.
5. Посмотреть видео материал на Video podcast. Первый просмотр – ознакомительный, необходимо просмотреть / прослушать сюжет полностью. Затем приступить к выполнению упражнения, просматривая /прослушивая, лишь часть сюжета, связанную с заданием.
6. При пользовании электронным переводчиком необходимо грамотно редактировать полученный текст.

Порядок представления выполненной работы:

Данный вид самостоятельной работы проверяется путём проведения фронтального устного опроса по лексико-грамматическим упражнениям, при этом студент должен быть готов к переводу текста упражнения. Письменные работы сдаются на проверку преподавателю.

Тест по Video Podcast выполняется на портале тестирования.

Внеаудиторное чтение

Цель: развитие навыков свободного самостоятельного пользования литературой на иностранном языке; развитие и совершенствование речевых навыков; расширение активного словарного запаса; расширение кругозора студентов.

Указания к выполнению

1. Объем – не менее 10 000 печатных знаков (5 страниц) аутентичного текста.
2. Необходимо составить глоссарий по тексту: выписать и перевести незнакомую лексику в исходной форме (существительное в ед. числе, глагол в форме инфинитива).
3. Быть готовым к устному переводу текста с опорой на собственный глоссарий.
4. Подготовить устно краткое изложение текста (на английском языке).
5. Рекомендуемый источник для выбора текста:
 - статья сайта: bbc.com/news/business
 - статья сайта: economist.com
 - статья ресурса: scopus.com
6. Формат пересказа текста

Summary-pattern

This extract is from "....."byThis text deals with the subject of macroeconomics. It is stated that macroeconomics is concerned with the behaviour of the economy as a whole. This includes such factors as booms and recessions, total output of goods and services, rates of inflation, unemployment, the balance of payments and exchange rates.

To put it shorter, macroeconomics deals with the major economic issues and problems of the day.

The author of this extract focuses on the issues called manageable, i.e. those essentials lying in the interactions among goods, labour, assets markets on the one hand and, in the interactions among national economics whose residents trade with each other, on the other.

It is emphasized in the text that in macroeconomics we deal firstly, with the market for goods as a whole, secondly, with the labour market as a whole, thirdly, with the assets markets as a whole.

Phrases for summary 1. The article (paper, book, etc.) deals with....

2. As the title implies the article describes....

3. It is specially noted...

4. A mention should be made...

5. It is spoken in detail...

1. Эта статья (работа, книга и т.д.) касается....

2. Согласно названию, в статье описывается...

3. Особенно отмечается...

4. Следует упомянуть...

5. Подробно описывается...

6. ...are noted	6. Упомянуты...	In
7. it is reported...	7. Сообщается...	concl
8. The text gives valuable information on...	8. Текст дает ценную информацию....	usion
9. Much attention is given to....	9. Большое внимание уделяется...	, it
10. The article is of great help to ...	10. Эта статья окажет большую помощь...	shoul
11. The article is of interest to...	11. Эта статья представляет интерес для...	d be

pointed out that the result of abstraction is increased understanding of the vital interactions among the goods, labour, and assets market. And we may come to the conclusion that omitted details sometimes matter.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Перечень информационных справочных систем

1. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алгушина
« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

« 03 » 2021 г.

Л.В. Пурыжова

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Иностранный язык»
(немецкий)**

Шифр: 38.03.02

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Иностранный язык (немецкий)»	2
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	2
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	3
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	3
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	4
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Тематика самостоятельных работ	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	16
6.3.1 Тестовые задания	16
6.3.2 Задачи (контрольные задания и работы)	17
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	21
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	24
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	26
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
7.1 Основная учебная литература	27
7.2. Дополнительная литература.....	27
7.3. Для самостоятельной работы.....	27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
9. Методические указания для студентов-бакалавров по освоению дисциплины (модуля) «Немецкий язык».....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	30
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	31

Наименование дисциплины (модуля)

«Иностранный язык (немецкий)»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык (немецкий)» является использование немецкого языка как средства общения для решения задач межличностного и профессионального взаимодействия с представителями других культур.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Немецкий язык»:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: правила чтения на иностранном языке; правила образования и употребления основных грамматических явлений; основные способы словообразования; лексику по пройденным темам; культуру и традиции стран изучаемого языка; алгоритм работы с профессионально маркированными текстами (перевод).	УК- 4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Уметь: бегло и фонетически корректно читать; переводить и пересказывать учебные, адаптированные, а также аутентичные тексты; вести беседы на пройденные общие и личностно-ориентированные темы		
Владеть: Навыками перевода и аудирования; навыками работы над учебными и специальными текстами; навыками работы со специальными словарями, энциклопедиями, справочниками; навыками пересказа текстов общего характера; навыками перевода и реферирования специального текста; навыками письменной речи; исследовательскими навыками использования иноязычных ресурсов в ходе самостоятельной работы.		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Иностранный язык (немецкий)» представляет собой дисциплину базовой части профессионального цикла (Б1.О.01.) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК- 4	-	Иностранный язык (немецкий)	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 1-2 курсе в 1-4 семестрах.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	-
Лабораторные	-
Практические	232
Контролируемая самостоятельная работа	16
Индивидуальная контактная работа	1,1
Контактная работа, всего	249,1
Самостоятельная работа	182,9
Часов, всего	432
Зачетных единиц, всего	12

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Всего на дисциплину по немецкому языку выделено 232 контактных часов. Из них 52 часа (1 семестр), 64 часа (2 семестр), 52 часа (3 семестр) и 64 часа (4 семестр). В каждом семестре предусмотрено по четыре часа на КСР для контроля выполненной программы. Также выделяется 184 часа для самостоятельной работы студентов-бакалавров по дисциплине «Иностранный язык». Из них 52 часа (1 семестр), 40 часов (2 семестр), 16 часов (3 семестр) и 76 часов (4 семестр). Зачетные единицы – по три (1 и 2 семестры), две (3 семестр) и четыре (4 семестр), всего – 12 ЗЕ.

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Моя жизнь и учеба в университете.				26	20	2		
Тема 2. Академическая мобильность				30	20	2		
Тема 3. Калининградская область и Калининград.				30	20	2		
Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм.				30	30	2		
Тема 5. Транспорт, промышленность, сельское хозяйство.				26	20	2		
Тема 6. Деньги. Банки и страхование.				30	20	2		
Тема 7. Экономика и менеджмент.				30	30	2		
Тема 8. Бизнес и современность.				30	20	2		
Итого	432			232	180	16	1,1	2,9
Контактная работа	249,1			232		16	1,1	
Самостоятельная работа	182,9				180			2,9
Промежуточная аттестация	Зачет, Экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Тема 1. Моя жизнь и учеба в университете.	В разделе повторяются базовые лексико-грамматические явления немецкого языка за курс средней школы. Восстанавливаются конкретные лексические системы по микро-ситуациям:

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
		знакомство, семья, дом, квартира, расходы и доходы в семье, увлечения, автомобиль. Учеба, университет, структура института экономики, специальность, студенческая жизнь, столовая и общежитие. Взаимоотношение в семье и в учебной группе.
2.	Тема 2. Академическая мобильность.	В разделе тренируется базовая грамматика - система спряжения глаголов во всех временах в пассивном залоге (Passiv). Возвратные глаголы. Отделяемые и неотделяемые приставки. Числительные. Лексика по микро-ситуациям: друзья, хобби, путешествие, заграница, самолет, аэропорт, граница. Традиции и обычаи в немецко-говорящих странах. Праздники - рождество, новый год, день рождения.
3.	Тема 3. Калининградская область и Калининград.	Повторяется грамматика – местоименные наречия, двойные предлоги. Модальные глаголы. Придаточные определительные и дополнительные предложения. В лексической парадигме рассматривается географическое положение эксклавного региона России - Калининградской области. Ее история, природа, животный мир, демография, особый статус. Соседние приграничные страны. Областной центр – Калининград. Его достопримечательности.
4.	Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм.	Тренируется базовая грамматика: синтаксис немецкого языка – придаточные условия и времени. Структуры um...zu, ohne...zu, statt..zu. Вводится, тренируется и закрепляется лексика по микро-темам – экология Балтийского побережья, очистные сооружения, происхождение янтаря, янтарное производство, приморские курорты. Куршская коса. Туристические фирмы. Водный туризм.
5.	Тема 5. Транспорт, промышленность, сельское хозяйство.	Тренируется грамматика – распространенное определение, Partizip 1, Partizip 2. Деепричастия. Лексика к микро-темам – международные перевозки, паром, железная дорога, строительная отрасль, импортозамещение в Калининградской области.
6.	Тема 6. Деньги. Банки и страхование.	Грамматика – разделительный Genitiv, конструкции sein + zu +Infinitiv, haben + zu +Infinitiv. Лексика по микротемам: происхождение денег, банковская система в России и Германии, страховые общества, ипотека, финансы и кредиты.
7.	Тема 7. Экономика и менеджмент.	Грамматика – структуры sich lassen +Infinitiv, scheinen+ zu +Infinitiv, glauben+ zu +Infinitiv. Придаточные с damit. Специальная лексика по

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
		микро-темам: сущность и задачи экономики, экономические науки, от плановой экономики к рыночной, рынок - цена и ценообразование, развитие мировой экономики, управление малым и средним бизнесом - Kiosk, Reisebüro, Hotel.
8.	Тема 8. Бизнес и современность	Грамматика – двойные союзы weder...noch, nicht nur... sondern auch, entweder... oder. Лексика по микро-темам - рынок труда, профессиональная компетенция в современном мире. Интернет – технологии. Роль иностранных языков и использование их ресурсов в бизнесе. Инновационные проекты. Международные связи. Повышение квалификации в области экономики предприятия.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Тема 1. Моя жизнь и учеба в университете.	Лексика на с. 16-17 (Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю. От простого к сложному кн.1. ч.1), грамматика - глаголы в активном залоге: Präsens, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, Futurum (упражнения - Блоки А, а также любые грамматические справочники по немецкому языку). Чтение и перевод текстов на с.8-11, 23,31 и диалог с.33. Письменно упр., с.22, 30 и упр.10, с.16. Темы: «Мои родители – предприниматели», «Моя специальность – экономист». Тексты ч.2 на стр.230-242. , а также тексты из уроков 48-49 стр.197-204 (K-Bünting Sprachsemester 1). Тема «Studentenwerk in Deutschland» и „Hotel mama“ (раздаточный материал).
2.	Тема 2. Академическая мобильность.	Лексика и текст с.134., упр.9 с.13 Грамматика по теме глаголы в Passiv (Präsens, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, Futurum) и Attributsätze. Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю. кн.1, с.156-157; Темы «An der polnisch-russischen Grenze», „Der Zoll“. Ролевая игра «Таможенный досмотр», опираясь на таблицу (с. 157, ч.2).Диалог с.272 „Gute Reise“ (ч.2). Обсуждение темы «Наши соседи – Польша и Литва», «Рождество в Германии», «Новый год в России». Тексты „Vorbereitung auf die Reise nach Hamburg“ s.8-10, „An Bord des Flugzeugs“ s.22-25 (ч.3) Урок 12, стр. 266 ч.2. Текст « Kaliningrad ist eine Grenzstadt».
3.	Тема 3. Калининградская область и Калининград.	Грамматика по темам «Deklination der Adjektive», «Possesivpronomen», «trennbare-untrennbare Präfixe », «Präpositionen». (Любой справочник по грамматике немецкого языка). Уроки 1-2,7-8 ч.2. стр.156-173, 210-230 (Т.А.Потемина, Т.Ю.Тамбовкина Немецкий

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
		язык: от простого к сложному). Текст „Aus der Geschichte meiner Heimatstadt“ s.211.Достопримечательности Калининграда и Калининградской области (раздаточный материал). Реферирование русскоязычного газетного материала. Фильм о Калининградской области.
4.	Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм.	Грамматика по темам: Modalverben, инфинитив с zu, Partizip 1, структура um...zu. Уроки 3-4, Texte „Wir müssen die Ostsee schützen“, „Morgen fahren wir an die Ostseeküste“, „Bade-und Kurort in einem (Swetlogorsk)“, „Bernstein“, „das Bernsteinkombinat“ s. 173-192. Раздаточный материал - информационные буклеты Калининградских туристических фирм (реферирование). Тема „Kurische Nehrung“.
5.	Тема 5. Транспорт, промышленность, сельское хозяйство.	Грамматика - Kausalsätze. Уроки 5-6 Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю. ч.2.тексты «Verkehr» с.194, «Neue Dimensionen des Fernverkehrs» с.198, «Industrie und Landwirtschaft »,с.203-204, круглый стол об организации сбора и утилизации мусора в Германии (диалог с. 43). Реферирование актуальных газетных статей из региональных источников по темам промышленность и с/х (раздаточный материал).
6.	Тема 6. Деньги. Банки и страхование.	Грамматика - Attributsätze. Информация о деятельности банков в Германии (текст «Banken in Deutschland» на с. 153-154, ч.3). Сообщение о банковской системе России. Актуальные статьи из региональных источников и Интернета – реферирование (раздаточный материал) Диалог о системе страхования в Германии с.159-162 «Gespräch über die Versicherung», чтение, перевод, пересказ.
7.	Тема 7. Экономика и менеджмент.	Грамматика по теме «Konjunktiv». Тексты «Leben und Arbeiten im 21- Jahrhundert» и «Gespräch über die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland» с. 157-161, (Басова Н.В., Гайвоненко Т.Ф. Немецкий для экономистов). Чтение и перевод текстов и диалогов на с. 166-169;. (Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю.) Перевод с русского на немецкий язык упр.5 на с. 166. Перевод на немецкий язык упр.7 с. 159-161. Проработка специальной лексики по теме «Экономика» и работа над текстами по специальности (индивидуальный выбор материала из актуальных немецкоязычных источников с помощью Интернет-ресурсов).
8.	Тема 8. Бизнес и современность.	Грамматика – «Indirekte Rede». (Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю. ч.3 (блоки А всех уроков) Актуальный немецкоязычный материал из Интернет-ресурсов по микро-ситуациям «Computer

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
		und Internet - Recherche», «Fremdsprachen und Fremdsprachliche Information», «Wissenschaftliche innovative Wirtschaft » (раздаточный материал). Тексты по специальности, индивидуально подобранные. Реферирование и аннотирование научных статей по направлению «Экономика».

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Моя жизнь и учеба в университете.	- напишите сочинение на тему «В моей семье все экономисты»; - подготовьте доклад-презентацию для немецких студентов «БФУ им. И.Канта: вчера и сегодня. Институт экономики и менеджмента»; - напишите сочинение на тему «И.Кант»; - подготовьте фильм-рекламу для абитуриентов по направлению «Экономика».
2.	Тема 2. Академическая мобильность.	- составьте таблицу с четырьмя временами года и предложениями отдыха в эти периоды; - Туристический бизнес. Тексты для подготовки к тесту: „Kalkulation und Preisgestaltung“, “Trojka-Reisen- Spezialist für Incentive -Touren“, „Incentive- Reisen“ (раздаточный материал). - подготовьте тему «Путешествие за границу на автомобиле, на поезде, на самолете», составьте тезаурус по темам «На границе», «В аэропорту», «На вокзале», «В гостинице», «В ресторане»; - составьте праздничное меню на свой день рождения, на Новый год.
3.	Тема 3. Калининградская область и Калининград.	- подготовьте сообщение о Калининградском эксклаве (географическое и экономическое положение, социокультурные особенности); - нарисуйте бизнес-карту Калининградской области и подготовьте комментарии по основным направлениям его деятельности; - разработайте экскурсионную программу-маршрут по культурным достопримечательностям Калининграда.
4.	Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм.	- подготовьте учебную конференцию на экологическую тему «Как бизнес сможет защитить Балтийское море»; - реферат (проект-презентация) «Гостиничный бизнес». - напишите сочинение на тему «Янтарь и янтарное производство в Калининградской области»
5.	Тема 5. Транспорт, промышленность, сельское хозяйство.	- подготовьте тезаурусы по темам «железнодорожный транспорт», «авиаперевозки», «паромное сообщение », «автомобильные перевозки»; - доклад на тему «Крупнейшие налогоплательщики Калининградской области (производства)»; - нарисуйте карту-путеводитель по ведущим сельскохозяйственным объектам региона.
6.	Тема 6. Деньги.	- подготовьте ролевою игру «Накопление на «черный день»: за

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	Банки и страхование.	и против», опираясь на таблицу (с. 157 Потемина Т.А., Тамбовкина Т.Ю. ,часть. 3); сравните четыре предложения по продажам квартир в Гамбурге упр.11. с. 41-42, ч.3. Скажите, какое объявление наиболее привлекательно для вас и почему. - реферат по теме «Банковский сектор в Калининграде и области»; - эссе на тему «Почему я застрахован (не застрахован)?» или «Как застраховать квартиру?» - составьте таблицу с вашими доходами и расходами, дайте устный комментарий;
7.	Тема 7. Экономика и менеджмент.	- проанализируйте схему «Wirtschaftswissenschaften» на стр. 2001 (Басова Н.В., Гайвоненко Т.Ф.); - подготовьте реферат «Рыночная экономика на современном этапе»; - сочинение «Управление предприятием». Переведите текст „das Parfüm“, на что надо обращать внимание при покупке духов, придумайте соответствующую рекламу (или слоган). - Прочитайте интервью журнала «Spiegel» с немецкой топ-моделью Клаудией Шиффер на с. 92-93 (ч.3, Потемина Т.А.) Почему она называет себя «Продукт» Клаудия Шиффер?»
8.	Тема 8. Бизнес и современность.	- составьте тезаурус по теме «Компьютер и компьютерные программы, Интернет »; - обсудите проблему «Роль иностранных языков в бизнесе»; - эссе «Что такое высокие технологии в бизнесе?» Используйте материал последних, актуальных бизнес-конференций и экономических форумов. - найдите текст по своей специальности в немецкоязычных источниках, прочитайте и письменно переведите его на русский язык; (1,5 тыс. знаков)

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы практических занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем 1-8) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми аспектами компетенции ОК-4 на уровне фонетики, грамматики, лексики немецкого языка (чтение, перевод, пересказ, письмо, аудирование, аннотирование и реферирование). Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенции показывает уровень освоения компетенции студентами:

Уровень А1-А2 (темы 1-4: бакалавр должен уметь бегло и фонетически корректно читать; переводить и пересказывать учебные, адаптированные, а также аутентичные тексты; вести беседы на пройденные общие и личностно-ориентированные темы)

Уровень В1-В2 (темы 5-8: должен уметь перевести специальные тексты; отвечать на вопросы по прочитанным текстам; уметь пересказывать тексты общего и специального характера; владеть навыками перевода и реферирования специального текста; навыками письменной речи; уметь вести беседу на темы по специальности и, прежде всего, в рамках темы «Бизнес и современность»; участвовать в учебных конференциях по специальности и уметь обсуждать специальные темы с коллегами, студентами - носителями языка).

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Моя жизнь и учеба в университете.	УК-4	контрольная работа; реферат; беседа по теме.		письменно устно
Тема 2. Академическая мобильность.	УК-4	эссе; беседа по теме. Реферат		письменно устно
Тема 3. Калининградская область и Калининград.	УК-4	контрольная работа; беседа по теме		письменно устно
Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм.	УК-4	тестирование; реферат		письменно устно
Тема 5. Транспорт, промышленность, сельское хозяйство.	УК-4	контрольное задание		устно
Тема 6. Деньги. Банки и страхование.	УК-4	реферат		письменно устно
Тема 7. Экономика и менеджмент.	УК-4	Реферирование реферат		письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 8. Бизнес и современность.	УК-4	Словарный диктант; реферирование беседа по теме		Письменно устно
			экзамен	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Уровень А1-А2	<p><i>Пороговый уровень</i></p> <p>Понимание:</p> <p>1) Аудирование Понимает основные положения четко произнесенных высказываний в пределах литературной нормы на известные студенту темы. Понимает, о чем идет речь в большинстве телепрограмм, связанных с личными или профессиональными интересами. Речь должна быть при этом четкой и относительно медленной.</p> <p>2) Чтение Понимает тексты, построенные на частотном языковом материале бытового общения. Понимает описания событий, чувств, намерений в письмах личного характера.</p> <p>3) Говорение</p> <p>а) Диалог Умеет общаться в большинстве ситуаций, возникающих во время пребывания в стране изучаемого языка. Может без предварительной подготовки участвовать в диалогах на знакомую, несложную интересующую тему (например, «семья», «хобби», «работа», «путешествие», «город»).</p> <p>б) Монолог Умеет строить простые связные высказывания о своих личных впечатлениях, событиях, рассказывать о своих мечтах, надеждах и желаниях. Может кратко обосновать и объяснить свои взгляды и намерения. Может</p>	Темы 1-4

Код компетенции	УК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
	<p>кратко рассказать историю или изложить сюжет книги или фильма и выразить к этому свое отношение.</p> <p>4) Письмо</p> <p>Умеет писать простые связные тексты на знакомые или интересующие темы. Умеет писать простые письма личного характера, сообщая в них о своих личных впечатлениях.</p>	
2. Уровень В1-В2	<p><i>Продвинутый уровень</i></p> <p>Понимание</p> <p>1) Аудирование</p> <p>Понимает развернутые доклады или лекции (в среднем темпе изложения) и содержащуюся в них информацию по своей специальности, если тематика этих выступлений достаточно знакома. Понимает почти все новости и репортажи о текущих экономических событиях. Понимает содержание телерекламы, если герои говорят четко на литературном немецком языке.</p> <p>2) Чтение</p> <p>Понимает учебные тексты по специальности, а также статьи и сообщения по современной экономической проблематике с минимальным использованием словаря.</p> <p>3) Говорение</p> <p>а) Диалог</p> <p>Умеет без подготовки довольно свободно участвовать в диалогах с носителями изучаемого языка. Умеет принимать активное участие в дискуссии по знакомой проблеме, обосновывать и отстаивать свою точку зрения.</p> <p>б) Монолог</p> <p>Может понятно и обстоятельно высказываться по широкому кругу интересующих вопросов. Может сделать сообщение по своей теме научного исследования. Может объяснить свою точку зрения по актуальной проблеме, высказывая все аргументы «за» и «против».</p> <p>4) Письмо</p> <p>Умеет писать понятные подробные сообщения по широкому кругу вопросов (в рамках пройденных тем). Умеет писать эссе, освещая вопросы или аргументируя точку зрения «за» или «против». Умеет реферировать и аннотировать статьи по своей специальности. Умеет написать заявку на грант и обосновать в ней необходимость стажировки.</p>	Темы 5-8

Код компетенции	УК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
	<p><i>Высокий уровень (уровень C1,C2 редкие, индивидуальные случаи)</i></p> <p>Понимание</p> <p>1) Аудирование Свободно понимает любые звучащие сообщения и фильмы без подготовки, как на повседневно- бытовые темы, так и по своей специальности.</p> <p>2) Чтение Понимает специальные тексты не только по своему направлению, но и по междисциплинарным темам, а также статьи и сообщения по современной экономической проблематике без использования словаря.</p> <p>3) Говорение</p> <p>а) Диалог Умеет свободно участвовать в диалогах с носителями изучаемого языка. Умеет без подготовки принимать активное участие в дискуссии по знакомой проблеме, обосновывать и отстаивать свою точку зрения.</p> <p>б) Монолог Может свободно, понятно и обстоятельно высказываться по широкому кругу интересующих научных вопросов. Может сделать сообщение по своей теме научного исследования. Может объяснить свою точку зрения по актуальной проблеме, высказывая все аргументы «за» и «против».</p> <p>4) Письмо Умеет передать суть своего научного исследования и написать научную статью на немецком языке. Умеет писать эссе, освещая вопросы или аргументируя точку зрения «за» или «против». Умеет реферировать и аннотировать статьи по своей специальности. Умеет написать заявку на грант и обосновать в ней необходимость стажировки.</p>	

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции (на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков).

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню формирования всех аспектов компетенции, обязательной к формированию в процессе изучения предмета «Немецкий язык». Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о формировании каждой из аспектов компетенции ОК-4, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке знаний обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины - наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине может выставляться и при неполном формировании компетенции в ходе освоения немецкого языка, если ее развитие предполагается продолжить на более поздних этапах обучения (магистратуры, аспирантуры или стажировки в немецкоязычной стране.)

6.2. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат	Знание основных правил фонетики и грамматики немецкого языка и минимума лексики для понимания текстов в рамках 1-4 тем, а также личностно-ориентированного общения в иноязычной среде	Знание соответствующей методологии – использования основных синтаксических конструкций в речи и усложненных структур для общения в рамках специальности темы (5-8) и максимального лексического арсенала	Умение применять теорию и методологию научного исследования на практике общения в иноязычной научной среде.	Контрольные работы, тесты, реферат, зачет, экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность студента продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Студент демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 4. Балтийское море, янтарь, туризм

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Mein Vater _____ Unternehmer.

- Seid
- Ist
- bist
- sein

Wir _____ eine Baufirma.

- hat
- habt
- haben
- hast

Ich _____ guter Spezialist.

- werden
- wirst
- werde
- wird

Seine Schwester _____ vier Jahre an der Universität.

- studierten
- studierte
- studiertest
- studiertet

Der Student _____ den Text gelesen.

- sind
- haben
- hat
- hast

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи (контрольные задания и работы)

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Типовые контрольные задания

Словарный диктант (тема 8):

1. *Übersetzen Sie ins Russische:*

Das Bauwesen _____

die Bauleute _____

der Bereich _____

der Lohn _____

das Gebäude _____

die Wirtschaft _____

das Landshaus _____

2. *Verbinden Sie richtig:*

- _____ бизнесмен
- _____ связь
- _____ предприятие, фирма
- _____ предмет, объект
- _____ сотрудничество

Контрольная работа (тема 5)

1. Gebrauchen Sie die Modalverben im Präsens.

Er _____ (wollen) an der Baumesse 2015 teilnehmen.

Meine Freundin _____ (dürfen) nicht in einem Betonwerk arbeiten.

Dieser Bauleiter _____ (müssen) immer gut in Form sein.

Mein Sohn _____ (wollen) künftig als Manager tätig sein.

Ich _____ (wollen) in diesem Jahr von meiner Firma prophetieren.

Olga _____ (können) sehr anstrengend viermal die Woche wirken.

Unser Arbeitnehmer _____ (müssen) jeden Tag hart arbeiten.

2. Gebrauchen Sie Verben im Präteritum.

Unser Bruder _____ (beginnen) mit fünf Jahren zu rechnen.

Diese bekannte Firma _____ (gewinnen) eine Medaille.

Er _____ (verlieren) nie den Mut, er _____ immer Erfolg (haben).

Damals _____ (sich interessieren) er für sein Unternehmen.

Ihre Arbeiter _____ (sollen) keinesfalls auf dem Arbeitsplatz rauchen.

Alle Arbeitgeber _____ (träumen) von den Gewinnen.

Die Party _____ (enden) unentschieden und beide Baumanagner

_____ (bekommen) einen Punkt.

3. Gebrauchen Sie folgende Verben im Perfekt.

Kein Wunder, dass unser Direktor gut _____ (verdienen).

Kein Wunder, dass er dieses Gebäude _____ (beobachten).

Kein Wunder, dass dieses Werk viele Autos _____ (produzieren).

Weißt du, wo er _____ (wirken).

Weißt du, wer dieses Projekt _____ (organisieren).

Weißt du, dass wir keine Verhandlungen _____ (versäumen).

Weißt du, warum er _____ für diese Fachrichtung _____ (sich entscheiden).

4. Ergänzen Sie die Verben durch das Futurum:

1. Ich sitze im Auditorium ganz hinten. Ich höre alles gut von meinem Platz.
2. Ich gehe jetzt nicht nach Hause. Ich arbeite noch im Lesesaal.
3. Ich besuche oft das Konservatorium. Ich habe Musik sehr gern.
4. Der Lektor wiederholt oft diese Zitate. Wir verstehen sie nicht.
5. Morgen helfe ich dir. Wir gehen zusammen ins Kino.
6. Schreibst du dein Referat heute? Machst du das später?
7. Es ist sehr spät. Wir gehen noch nicht nach Hause.
8. Der Text ist sehr schwer. Sie verstehen den Inhalt.
9. Ich rufe dich heute abend an. Ich mache das morgen.
10. Der Professor hält die Vorlesung. Die Studenten folgen seiner Vorlesung sehr aufmerksam.

5. Übersetzen Sie in Passiv:

Мы работаем в строительном бизнесе (tätig sein).

В городе строятся дома (bauen).

Здесь сносились старые дома (abtragen).

Там будут надстраиваться новые мансарды (aufbauen).

Этот замок может быть отреставрирован (restaurieren).

Письменные переводы (тема 5):

1. Übersetzen Sie ins Deutsche.

Калининградские порты являются важным транспортным узлом Российской Федерации. Грузовой, воздушный и железнодорожный транспорт ритмично вывозит доставленные в порт грузы. Порты, склады, транспорт и энергетические комплексы образуют инфраструктуру промышленности. На ее основе происходит переработка рыбных продуктов и сельскохозяйственной продукции, развивается нефтедобыча и машиностроение. Для дальнейшего развития промышленного блока разрабатывается новая государственная программа.

2. Übersetzen Sie ins Deutsche.

В летней школе университета Баухаус в Веймаре стараются объяснить сложные архитектурные вещи простыми словами. Мой курс Venustas: Shopping and the City рассказывал о том, как современные торговые центры и городская среда взаимодействуют друг с другом, как шоппинг может стать той силой, которая вдохнет новую жизнь в центр

города, и как «подружить» коммерцию и общественную жизнь. И в целом – что такое качество городской среды по-европейски. Сегодня практически все европейские и американские менеджеры - урбанисты считают, что время торговых центров-коробок ушло. Нельзя больше строить классические молы с небольшим количеством входов, запутанной планировкой-лабиринтом и безликими фасадами. Новые торговые центры должны стать частью существующей городской среды, вписываться в окружающее, пространство. К тому же они не должны замыкаться только на торговлю: ценится мультифункциональность, когда в одном комплексе соединяются розничная торговля, развлечения, гостиницы, общественные пространства и даже жилая недвижимость. Один из хороших примеров. Британский Liverpool One, Открытый в 2008 году. Он состоит из 6 отдельных торговых кварталов, поэтому посетители даже не осознают, что идут по улицам, которые на самом деле принадлежат не городу, а инвестору. Liverpool One занимает 170 000 кв. м., здесь есть даже парк. Это очень интересная и обаятельная теория – сделать торговые центры более человечными и привлекательными.

Реферирование (тема 7)

Referieren Sie den Text:

- a) *Составьте специальный словарь по теме;*
- b) *составьте план реферата из 5-6 пунктов;*
- c) *передайте письменно основные сведения о фирме «Акфен».*
- d) *расскажите кратко, что Вы узнали об этой компании?*

Солнечное строительство.

Компания «Акфен» была образована в 2003 году в Москве, к активному строительству жилых домов в Калининграде приступила в 2009-м. Сегодня при работе над объектами выступает заказчиком-застройщиком и сдает в эксплуатацию 2-3 дома в год. Компания «Акфен» является генеральным подрядчиком строительства жилого комплекса площадью около 600 тысяч квадратных метров в Новороссийске. В Калининграде «Акфен» ведет строительство в основном в северной части города. Сегодня это один из самых быстро развивающихся и перспективных районов с новой качественной инфраструктурой и строящимися подъездными путями. Компания «Акфен» строго следит за новыми разработками в строительстве и ведет постоянную работу по улучшению архитектурно-планировочных решений и эксплуатационных качеств жилых домов.

- Мы строим комфортное и качественное жилье, в основном 9-14-17- этажные здания, - говорит начальник отдела продаж Ибрагим Байтаров. – Прочность и жесткость каркасов делают наши объекты особенно устойчивыми и безопасными. А технологии, которые мы применяем, позволяют строить дома со стенами, которые держат тепло и не пропускают влагу и шум. Цокольные и первые этажи отдаем для размещения кафе, магазинов, административных учреждений, без которых немислима жизнь в современном городе. Задумывается «Акфен» и о социальном строительстве. Рядом с микрорайоном «Солнечный город» вскоре появится спортивно-оздоровительный комплекс, где дети будут обучаться греко-римской борьбе.

- Для нашей компании социальная ответственность бизнеса – не пустой звук. Около 10% построенных площадей мы отдаем администрации Калининграда, - подчеркивает Ибрагим Байтаров.- Она, в свою очередь, отдает эти площади под расселение жителей ветхого и аварийного жилья, включая малообеспеченных граждан.

Одно из конкурентных преимуществ компании – качественное и быстрое строительство, которое становится возможным благодаря грамотно выстроенной структуре компании и разнообразию активов, входящих в ее состав. По словам начальника отдела продаж, в структуру компании входит собственный промышленный комплекс с фабрикой по изготовлению дверей и окон, а также бетонный завод с большим парком строительной и грузоподъемной техники.

Эссе (тема 2)

1. Авиакомпания и их проблемы.
2. На туристической выставке.
3. Сотрудничество с портом города Гамбурга.
4. Моя строительная фирма.
5. Организация сбора и утилизации мусора.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью без языковых ошибок (грамматических и лексических).

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью, но с лексическими и стилистическими погрешностями

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, содержит грамматические и лексические ошибки, не затрудняющие понимание.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена, то есть имеющиеся грамматические и лексические ошибки затрудняют понимание результата задания. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества немецкоязычной литературы по теме .

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к учебным или научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить литературу по теме исследования;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (учебников, монографий, статей и т.д.) по определённой теме и системное изложение заданной в названии темы.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена без языковых и стилистических ошибок. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по теме; б) проявить творческий подход в подборе материала.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Проверяемые компетенции

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Темы рефератов:

Тема 1 – «БФУ им. И.Канта»

Тема 2 – «Обучение в немецком вузе»

Тема 4 - «Гостиничный бизнес»

Тема 6 - «Банковский сектор в Калининграде и области»

Тема 7- «Рыночная экономика на современном этапе»

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. Без грубых грамматических и лексических ошибок.
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Без грубых языковых ошибок.
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в работе; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических, лексических и грамматических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине «Немецкий язык» является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными

материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться раздаточными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Вопросы (темы для беседы) к экзамену:

1. БФУ им. И.Канта: вчера и сегодня.
2. Институт экономики и менеджмента.
3. Немецкоязычные страны.
4. Путешествие в разные времена года.
5. Туристический бизнес (аэропорт, гостиница, ресторан).
6. Балтийское побережье, экология.
7. Янтарь и янтарный бизнес.
8. Транспортная сеть в Калининградской области.
9. Промышленность и сельское хозяйство.
10. Калининград и достопримечательности.
11. Банковский сектор и страхование.
12. Экономика в современных условиях: инновации и риски.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (тему), показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной дисциплины. Ответ изложен без грамматических и лексических ошибок. Могут быть допущены языковые ошибки, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (тему), Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные грамматические и лексические ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный ответ на поставленный вопрос (тему). Ответ недостаточно четко структурирован, объем сообщения недостаточен. Могут быть допущены 5-7 грамматических ошибок, не мешающих пониманию ответа, или ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу (теме). Присутствуют

фрагментарность, нелогичность изложения. Речь неграмотная с большим количеством грамматических и лексических ошибок. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой стобалльную оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса. Тесты или контрольная работа оцениваются по «сто балльной» системе.

Реферат оценивается также по «сто балльной» системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения немецкому языку, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по «сто балльной» системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов. При этом, 80-100 баллов в рейтинге, соответствуют наиболее полному и грамматически правильному, структурированному ответу студента. 65-79 баллов - ответ в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, 51-64 - ответ соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности и грубые грамматические ошибки, менее 50 баллов – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны.

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

На основе результатов итогового рейтинга студент получает соответствующую оценку («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно») путем перевода «сто балльной» системы в обычную систему. Оценка «отлично» ставится при рейтинге 90-100 баллов. Оценка «хорошо» - при рейтинге 71-89 баллов. Оценка «удовлетворительно» - при рейтинге 55-70 баллов, оценка «неудовлетворительно» - при рейтинге менее 55 баллов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1 Основная учебная литература

Миляева, Н. Н.

Немецкий язык. Deutsch. A1 -A2 [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры/ Н. Н. Миляева, Н. В. Кукина ; под ред. А. Ф. Зиновьевой. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 348 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019 г.. - ISBN 978-5-534-08120-6: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная литература

4И(Нем)

П 641

Потемина, Т. А.Потемина, Т. А.

Немецкий язык: от простого к сложному: пособие для взрослых : в 2 кн./ Т. А. Потемина, Т. Ю. Тамбовкина. - Калининград: Янтар. сказ, 1998, 2001, 2002 -

Кн. 1. - 304 с. - ISBN 5-7406-0113-4: 26.70;14.72;16.00;14.40, 35.00, 196.79, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 503: УБ(498), ч.з.N3(1), ч.з.N1(1), ч.з.N7(1), ИБО(1), ч.з.N4(1)

Свободны / free: УБ(402), ч.з.N3(1), ч.з.N1(1), ч.з.N7(1), ИБО(1), ч.з.N4(1)

4И(Нем)

Б 275

Басова, Н. В.

Немецкий язык для экономистов: Учебное пос.для студ.экон.спец.вузов/ Н.В.Басова,Т.Ф.Гайвоненко. - 4-е изд.,испр.. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. - 378 с. - Библиогр. : с. 376. - ISBN 5-222-02370-2: 67.00= р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 60: УБ(58), ч.з.N5(2)

Свободны / free: УБ(56), ч.з.N5(2)

811.112.2

Т 134

Тагиль, И. П.

Грамматика немецкого языка в упражнениях. По новым правилам орфографии и пунктуации немецкого языка = Deutsche Grammatik in Ubungen/ И. П. Тагиль. - 4-е изд., испр., перераб. и доп.. - Санкт-Петербург: КАРО, 2014. - 381 с.: табл.. - Текст нем.. - ISBN 978-5-9925-0754-6: 300.00, 300.00, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 30: УБ(29), ч.з.N4(1)

Свободны / free: УБ(29), ч.з.N4(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Грамматические справочники немецкого языка по выбору студентов
2. Раздаточный материал из актуальных немецкоязычных источников

3. Бюнтинг К.Д. и др. Семестр с немецким языком. «КноРусь». Москва, 2009, 303 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для студентов-бакалавров по освоению дисциплины (модуля) «Немецкий язык».

Чтение

1. Работая над текстом, выписывайте и запоминайте слова в исходной форме с соответствующими грамматическими характеристиками (т.е. сущ. в ед. ч., глагол в неопределенной форме, указывая основные формы для неправильных глаголов).

2. Во время просмотрового чтения важно понять основное содержание, не обращая внимания на незнакомые слова. Необходимо следить за развитием главной темы по ключевым словам, которые часто повторяются в тексте. Особенно внимательно читайте первый и последний абзацы текста, в которых обычно формулируется основная мысль автора. Прочитав текст, проверьте свое понимание по вопросам или другим заданиям после текста, стараясь не заглядывать в текст.

3. Пользуйтесь отраслевыми терминологическими словарями, словарями сокращений, словарями персоналий и др.

4. Обращайте внимание на транскрипцию незнакомых слов, отработайте их произношение.

5. Выписывайте ключевые слова и выражения, которые помогут составить краткий пересказ текста, выразить основную мысль.

6. Запомните слова-клише, способствующие изложению текста.

Лексика

1. Расширяйте словарный запас путем ознакомления с правилами немецкого словообразования. Выучите производные к исходной форме слова и наиболее распространенные словосочетания с ними.

2. Отрабатывайте произношение незнакомых слов.

3. Изучайте значение фразовых глаголов и сочетаемость слов.

4. Выписывайте незнакомые слова, составляйте с ними предложения и вопросы.

5. Подбирайте к словам синонимы и антонимы.

6. Упражнения на перефразирование и перевод следует выполнять письменно.

7. Устраивайте себе проверочные словарные диктанты по образцу задания к теме 8 (п.6.3.2., с.20).

Грамматика

1. Регулярно выполняйте тренировочные упражнения по базовому учебнику грамматики.
2. Выполняйте письменно упражнения по переводу с русского на немецкий язык.
3. Употребляйте в общении изучаемые грамматические структуры.
4. Составляйте грамматические карточки с примерами.
5. Составьте «грамматику для себя», включая запись грамматических правил, обобщений, схем, таблиц, составленных по индивидуальным потребностям.
6. Выполняйте работу над ошибками сразу после получения от преподавателя тетради с проверенным заданием.
7. Выполняйте самостоятельно электронные тесты, предварительно скачав их из Интернета (например, тесты)

Письмо

1. Анализируйте модели письма.
2. Приводите аргументы и примеры, развивающие и подкрепляющие главный тезис письменного высказывания.
3. Стройте высказывание логично, используйте связующие слова, обеспечивающие переход от одной фразы к другой (deshalb, aber, kurz und gut, in diesem Zusammenhang, als Folge и др.).
4. Тщательно отбирайте лексические и грамматические структуры.
5. Соблюдайте структуру, принятую для того или иного типа эссе (реферата), поддерживайте «равновесие» между его частями (все параграфы должны быть примерно одинаковые по объему).
6. Выполняйте письменные переводы с русского языка на немецкий язык.

Реферирование

Реферирование является особым видом письменной работы (перевода с русского языка на немецкий язык). В процессе данного вида письменного задания содержание текста или его отрывка передается исполнителем не дословно, а в соответствии с общим смыслом и кратко. Например, приведенный в данной рабочей программе текст о деятельности строительной фирмы «Акфен» в Калининграде (п.6.3.,с.23) может, в конечном счете, в варианте на немецком языке сократиться на одну треть своего объема.

Эссе

Эссе как вид письменной работы является мини-сочинением по определенной теме в рамках учебной программы. В нем исполнитель задания обязательно высказывает свое личное мнение по поводу раскрываемой им темы. Так, в п.6. 3, с. 24 РП приведено название эссе «Авиакомпания и их проблемы». Здесь можно было бы на примере конкретной истории о региональной компании «КД Авиа» проанализировать основные причины, которые привели к ее банкротству и высказать свое мнение по этому вопросу.

Говорение

1. Изучите формулы речевого этикета, используемые в различных ситуациях общения, при этом особое внимание уделяйте интонации.
2. Составляйте диалоги сначала в письменном виде, затем разучивайте их с партнером.
3. Тренируйте составление различных видов вопросов, чтобы задавать их с легкостью.
4. При подготовке пересказа внимательно прочитайте текст, подчеркните предложения, содержащие основные мысли. Затем составьте план высказывания,

выпишите лексику, необходимую для передачи содержания. Не надо стремиться пересказать текст дословно, опускайте маловажные детали.

5. Анализируйте собственные и чужие высказывания на предмет ошибок.

6. Готовьте устное высказывание заранее.

Аудирование

1. Слушайте и смотрите программы на интересующие вас темы. Желательно регулярно, хотя бы 15 минут в день.

2. При возникновении сложностей с пониманием на слух пользуйтесь аудиоскриптом или немецкими субтитрами.

Ресурсные умения

1. Научитесь ориентироваться в каталогах.

2. Используйте различные ресурсы и средства обучения иностранному языку.

3. Осуществляйте поиск необходимой информации в сети Интернет.

В процессе преподавания дисциплины «Иностранный язык» предусмотрено использование информационных технологий, активизирующих усвоение материала, увеличение его объема и улучшающих подготовку студентов. Информационные технологии могут использоваться следующим образом:

- студенты проходят тест на сайте test DaF (A1-A2), выявляющий уровень владения языком в соответствии с Европейским языковым портфелем;

- при поиске аутентичной информации по специальности студенты используют глобальную информационную сеть Интернет;

- для перевода текстов студенты используют электронный словарь Lingvo;

- для перевода и редактирования переводов текстов студенты используют компьютерную программу-переводчик PROMT;

- проектную работу студенты оформляют либо в печатном виде с использованием текстового редактора Word, либо в виде электронной презентации с использованием программы PowerPoint;

- для обратной связи студентов и преподавателя предусмотрено использование электронной почты.

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить практический материал предыдущего занятия.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Word - текстовый процессор
2. Microsoft Excel - табличный процессор

3. Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций
4. Microsoft Visio - приложение для работы с бизнес-диаграммами и техническими диаграммами

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010;
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурькова

« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Интегрированная логистика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Интегрированная логистика».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	5
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	6
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	6
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	10
6.3.1 Тестовые задания.....	10
6.3.2 Задача (практическая работа).....	16
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине.....	18
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	20
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	21
7.1. Основная учебная литература.....	21
7.2. Дополнительная учебная литература.....	21
7.3. Для самостоятельной работы.....	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	22
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	23
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	23

Наименование дисциплины (модуля)

«Интегрированная логистика»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Интегрированная логистика» является изучение лучших мировых практик в сфере организации и управления логистическими системами организации, а также использование полученных знаний для анализа реальных и проектирования интегрированных цепей поставок инновационного предприятия.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.	ОПК-3	Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: применять методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.		
Владеть: навыками применения методов, форм и средств наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Интегрированная логистика» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.01.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг Управление брендами Разработка товарной политики Поведение потребителей	Интегрированная логистика	Управление продажами Коммерческая деятельность Маркетинговые коммуникации Методы разработки и принятия управленческих решений Управление маркетингом Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение ВКР Защита ВКР

Дисциплина изучается: на 2-м курсе в 3-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	76,35
Самостоятельная работа	103,65
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
1. Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия	30	4	10	4	10	2		
2.Администрирование логистической системы предприятия	34	4	12	4	12	2		
3.Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок	55	12	12	12	15	4		
4.Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия	60	12	16	12	16	4		
Итого	180	32	50	32	53	12	0,35	0,65
Контактная работа	76,35	32		32		12	0,35	
Самостоятельная работа	103,65		50		53			0,65
Промежуточная аттестация		Экзамен						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия	Классическая концепция логистики. Концепция интегрированной логистики. Концепция участия в логистической системе предприятия. Концепция управления цепями поставок.
2.	Администрирование логистической системы предприятия	Организационно-экономические предпосылки интеграции цепей поставок. Система логистического администрирования. Базовые логистические стратегии. Цели и задачи внутренней интеграции цепей поставок. Логистические бизнес-процессы в цепи поставок. Бюджетирование логистических бизнес-процессов Анализ, контроль и мониторинг логистических показателей
3.	Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок	Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок Система мониторинга цепей поставок Информационная поддержка жизненного цикла изделий Технология интегрированной логистической поддержки изделий Моделирование бизнес-архитектуры предприятия. Моделирование управления цепями поставок.
4.	Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия	Подходы и принципы построения интегрированных цепей поставок Интегрированный подход к организации цепей поставок Стратегическое планирование деятельности интегрированных цепей поставок Моделирование и реинжиниринг ключевых бизнес-процессов Построение интегрированной системы управления цепями поставок

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
1.	Описание существующих цепей поставок инновационной продукции	Анализ отрасли и рынка. Характеристика управляющей компании. Описание инновационной продукции. Сетевая структура существующих цепей поставок. Описание бизнес-процессов в цепях поставок. Анализ актуальных показателей логистической деятельности.
2.	Проектирование интегрированных цепей поставок	Стратегическое планирование деятельности цепей поставок. Построение интегрированной сетевой структуры цепей поставок. Интеграция ключевых бизнес-процессов в цепях поставок. Информационная интеграция процессов при управлении цепями поставок. Мониторинг и контроллинг ключевых бизнес-процессов в цепях поставок.
3.	Экономическое обоснование внедрения интегрированной системы управления цепями поставок	Бюджетирование логистических бизнес-процессов Анализ, контроль и мониторинг логистических показателей.
4.	Интеграция цепей поставок в различных сферах	Интеграция цепей поставок на рынке недвижимости. Интеграция цепей поставок на строительном рынке. Интеграция цепей поставок на рынке медицинских услуг. Интеграция цепей поставок на автомобильном рынке. Интеграция цепей поставок в таможенной сфере. Интеграция цепей поставок на рынке туристических услуг. Интеграция цепей поставок в гостиничном бизнесе. Интеграция цепей поставок на рынке транспортно-

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
		экспедиторских услуг. Интеграция цепей поставок на рынке продовольственных товаров

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия	Концепция виртуальной логистики. Концепция спрос-ориентированных сетей поставок. Концепции эффективной логистики. Эволюция производственно-логистических сетей.
2.	Администрирование логистической системы предприятия	Реинжиниринг организационной структуры управления. Сбалансированная система показателей. Логистический аудит. Контроллинг логистической деятельности.
3.	Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок	Электронный обмен данными Технологии автоматической идентификации в цепях поставок Технология управления данными об изделии CALS-стандарты Функциональное моделирование различных систем. Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов.
4.	Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия	Организация межфирменной кооперации Создание концепции информационных технологий Мероприятия по реализации модели интегрированных цепей поставок Пути развития сетевых форм организации бизнеса в регионе

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы «Интернета»
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации

студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
1. Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия	ОПК-3	тестирование		письменно
2.Администрирование логистической системы предприятия	ОПК-3	выполнение практических работ (задач)		письменно и устная защита
3.Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок	ОПК-3	выполнение практических работ (задач)		письменно и устная защита
4.Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия	ОПК-3	выполнение практических работ (задач)		письменно и устная защита
	ОПК-3		Экзамен	письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3 - Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Владение методами, формами и средствами наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок в условиях разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействия их реализации в динамичной среде	Знание теоретических основ логистики, методов, средств и инструментов применяемых для наиболее эффективного управления логистической деятельностью	Умение применять теоретические основы логистики, методы, средства и инструменты для повышения эффективности управления логистической деятельностью.	Умение делать выводы и формулировать рекомендации исходя из полученных результатов применения методов, средств и инструментов оценки логистической деятельности предприятия.	выполнение тестов, практических работ (задач) и экзамен

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Теоретические основы логистики

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

1. Какие из представленных определений характеризуют «Логистику»

- a) Это теория и практика управления материальными и связанными с ними информационными, финансовыми потоками, как в сфере производства, так и обращения
- b) Это совокупность разных видов деятельности для получения необходимого количества нужного груза в нужном месте, в нужное время и с минимальными затратами
- c) Это наука о рациональной организации производства и распределения продукции
- d) Это процесс оптимизации движения ГП от производителя к потребителю
- e) Все варианты верны
- f) Ни один из вариантов не подходит

2. Подставьте в пропуски недостающие слова

_____ (1) – это процесс _____ (1) и обеспечения эффективного и непрерывного поступления _____ (3) и сопутствующей информации к потребителям, направленный на всемерное _____ (4) потребительских запросов. (Совет логистического менеджмента США);

Варианты: инновация, логистика, цепь поставок, насыщение, мониторинг, планирование, удовлетворение, товары, услуги, информация.

3. Основные цели логистики нашли отражение в миссии логистической деятельности «7R», дайте верную характеристику (содержание) каждой составляющей миссии

№п/п	Правило	
1	Right product	
2	Right condition	
3	Right quantity	
4	Right place	
5	Right time	
6	Right customer	
7	Right cost	

4. Что является объектом исследования и управления в логистики, выберите наиболее полный из представленных вариантов?

- Товары и услуги
- Материальные ресурсы
- Материальный поток
- Незавершённое производство
- Система потоков
- Готовая продукция

5. Что из перечисленного относится к логистическим операциям, связанным с материальными потоками?

- Сбор, хранение и передача информации о материальном потоке.
- Приемка и отпуск товаров со склада, хранение и сортировка, комплектация и маркировка товаров.
- Расчеты с поставщиками и потребителями, страхование грузов, передача прав собственности на товар (продажа) и таможенное оформление грузов.

6. Заполните пропуски

К поддерживающим логистическим функциям относятся:

- _____ – определение числа, типа и дислокации складов, их площади и выбор складского оборудования;
- _____ – перемещение ресурсов и готовой продукции на складе, их размещение на стеллажах, комплектование грузов по заказам;
- *защитная* _____, обеспечивающая сохранность грузов;
- *обеспечение* _____, которые не удовлетворяют потребителей или не прошли гарантийного срока службы;
- *обеспечение запасными частями и* _____;
- *сбор вторичных ресурсов* – _____ производственного потребления;
- *информационно-* _____ – обработка информации о движении потоков, их учет, анализ и контроль.

Варианты: распределение, складирование, упаковка, закупка, возврат тары, возврат товара, грузопереработка, сервисное обслуживание, постгарантийное обслуживание, отходы, моральная поддержка, компьютерная поддержка.

7. Пронумеруйте стадии развития логистики от низшей к высшей и соотнесите с соответствующей стадией характеристикой

№	От низшей к высшей				
№	соответствующей характеристики				

	Стадия		Характеристика
1	Интегрированная логистика	А	логистическая деятельность направлена на организацию транспортировки и хранения готовой продукции в оптовой и розничной сетях.
2	Физическое распределение	Б	координация логистических процессов от закупки сырья и материалов до обслуживания конечного потребителя, за исключением оперативного управления производством.
3	Транспортировка и хранение	В	управление потоком готовой продукции от последнего пункта производственной линии до конечного потребителя, включая обслуживание заказчика, управление запасами товаров и их хранение на складе.
4	Логистика	Г	полностью контролирует движение материальных и сопутствующих потоков в логистической цепи «закупки-производство-распределение» товаров и услуг.

8. Выберите фразу, которая НЕ характеризует традиционный тип управления логистикой (один вариант)

- координация работы отдельных взаимосвязанных видов деятельности предприятия
- каждое подразделение стремится к достижению своих целей
- объединенная функция, отвечающая за все перемещения МП от поставщиков до конечных потребителей
- цели начинают вступать друг с другом в конфликт
- рост материальных запасов и затрат на их обслуживание
- вертикальная организация деятельности по функциям

9. Какие из перечисленных факторов и тенденций в мировой экономике оказали влияние на развитие интегрированного подхода к управлению логистикой (несколько вариантов)

- увеличение прибыльности предприятий из-за неспособности выявить функциональные области (подсистемы), в которых можно добиться сокращения затрат;
- снижение внимания к качеству продукции и обслуживанию потребителей;
- акцентирование внимания организаций на процессы выпуска продукции с использованием передовых информационных технологий и систем
- масштабное совершенствование коммуникаций: кодировки товаров, электронного обмена данными, электронного перевода денежных средств, электронных закупок, совершение сделок через Интернет;
- аутсорсинг – передача функций транспортировки, хранения, управления запасами внешним организациям, то есть специализированным посредникам;
- снижение требований по охране окружающей среды.

10. Какая идеология (концепция) лежит в основе интегрированного подхода к управлению логистикой (один вариант)

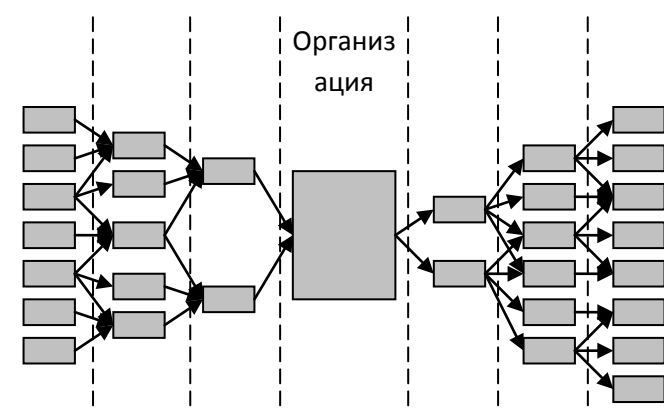
- SCM (SaleCustomsManagement) – «управление продажами покупателям»
- SCM (Supply Chain Management) – «управление цепями поставок»
- SCM (Smart Chain Management) – «умноеуправлениецепями»

11. Цепь поставок это ... (один вариант)

- a) совокупность объектов, существующую как процесс и измеряемую в абсолютных единицах за определенный период времени.
- b) сеть взаимосвязанных видов деятельности и организаций, осуществляющих совместное управление материальными, информационными и другими потоками от поставщиков к конечным потребителям
- c) наука и практика управления материальными, трудовыми, сервисными, информационными и финансовыми потоками в пространстве и времени, способствующих достижению целей организаций

12. Из чего состоит базовая модель цепи поставок (один вариант)

- a) несколько продавцов и покупателей
- b) несколько уровней поставщиков и несколько уровней потребителей
- c) несколько уровней производителя и несколько уровней поставщиков



13. Что из перечисленного можно отнести к участникам (субъектам) цепи поставок (несколько вариантов)

- a) поставщики сырья и материалов, транспортные, страховые и финансовые компании,
- b) конкуренты и производители аналоговой продукции,
- c) оптовые, розничные и конечные потребители,
- d) конечные потребители готовой продукции
- e) государственные органы надзора и регулирования

14. В чем состоит инновационный интегральный подход к логистике (один вариант)

- a) такие виды деятельности как складирование, распределение и транспортировка следует рассматривать с позиции влияния на прибыль компании
- b) все виды деятельности (функции) следует рассматривать с позиции влияния на другие виды деятельности, с которыми они взаимодействуют
- c) все виды деятельности (функции), кроме прогнозирования объема продаж, следует рассматривать с позиции влияния на другие виды деятельности, с которыми они взаимодействуют

15. Основные экономические эффекты от внедрения интегрированной логистики (несколько вариантов):

- a) снижение уровня запасов;
- b) рост ассортимента производимой продукции

- c) повышение качества продукции;
- d) повышение доли научно-технического персонала
- e) сокращение времени выполнения заказа;
- f) степени доступа к новейшим технологиям;
- g) увеличение числа производственных отделов
- h) повышение своевременности поставок;
- i) увеличение оборота и доли рынка за счет скорости реагирования системы на рыночные изменения и улучшения отношений с потребителями.

16. Что НЕ относится к недостаткам и рискам интеграции (несколько вариантов):

- a) зависимость от партнеров;
- b) опасность потери ноу-хау;
- c) увеличение риска потерь;
- d) длительный срок принятия и согласования решений;
- e) жесткие требования к наличию информационных систем управления;
- f) снижение качества выпускаемой продукции;
- g) значительные затраты на информационные технологии.

17. Какую проблему должен решить логистический менеджер, чтобы оптимизировать процесс закупок на предприятии:

- a) See and find
- b) Make or buy
- c) Sale and buy

18. Расшифруйте выбранную проблему, что это значит

19. Что необходимо определить логистическому менеджеру в процессе планирования закупок (несколько вариантов ответов):

- a) какие материальные ресурсы требуются
- b) какой способ транспортировки выбрать
- c) возможности поставщиков, у которых могут быть куплены товары
- d) оптимальное транспортное средство
- e) требуемые площади складских помещений
- f) количество ездов
- g) издержки на складирование
- h) издержки на закупки.

20. Что позволяет определить использование метода ABC-анализа в логистике закупок?

- a) Коэффициент вариации спроса на товары
- b) Распределение закупаемых материалов по соотношению объема и стоимостной потребности
- c) Распределить закупаемые товары по группам значимые, менее значимые
- d) Распределение закупаемых материалов дорогие, средние, дешевые

21. Выберите из приведенного списка, что относится к преимуществам работы компании с одним поставщиком? (несколько вариантов)

- a) снижение вероятности сбоев в поставке

- b) более легкие коммуникации и меньший диапазон отклонений в характеристиках материалов и их поставках
- c) обеспечение доступа к большому объему информации
- d) ценовые скидки при размещении крупных заказов
- e) более легкое удовлетворение меняющегося спроса

22. Выберите из приведенного списка, что относится к преимуществам работы компании с несколькими поставщиками? (несколько вариантов)

- a) снижение вероятности сбоев в поставке
- b) более легкие коммуникации и меньший диапазон отклонений в характеристиках материалов и их поставках
- c) обеспечение доступа к большому объему информации
- d) ценовые скидки при размещении крупных заказов
- e) более легкое удовлетворение меняющегося спроса

23. Что включает процедура определения надежности поставок:

- a) сравнение плановой и фактической даты поставки
- b) цена поставки
- c) определение времени опоздания
- d) бонусы, скидки, привилегии
- e) определение объема недопоставки продукции

24. Заказывает вовремя, обеспечивает постоянный спрос, платит аккуратно, точно определяет спецификацию, доверяет поставщику и строит свои отношения на взаимопонимании, кто это?

- a) Оптимальный поставщик
- b) Оптимальный потребитель
- c) Оптимальный сотрудник
- d) Оптимальный конкурент

25. Доставляет товар вовремя, обеспечивает надежность и качество, стабильность и равномерность поставок, выполняет условия контракта, держит покупателя в курсе дела, кто это?

- a) Оптимальный поставщик
- b) Оптимальный потребитель
- c) Оптимальный сотрудник
- d) Оптимальный конкурент

26. Что обеспечивает эффективность закупочной деятельности?

- a) Оптимальная система складирования
- b) Надежная транспортная система
- c) Зафиксированная система скидок
- d) Фиксированная цена поставки

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

– менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);

- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задача (практическая работа)

Тема 2. Основные виды деятельности в цепи поставок – закупки и транспортировка.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Задача 1. Выбор объекта исследования.

Студенты выбирают известное инновационное предприятие Нижегородского региона, осуществляющее свою деятельность в перспективной отрасли на национальном или мировом рынках. Выбранное предприятие будет являться фокусной (управляющей) компанией (или заказчиком PL-услуг) для анализа и построения существующей и проектирования интегрированной цепи поставок инновационного продукта.

Требования к выбору фокусной компании:

- информация о компании должна быть доступной для исследования;
- компания должна быть производителем товаров на данном рынке, желательно, чтобы это был лидер или один из лидеров отрасли;
- у компании должно быть, как минимум, три различных потребителя производимой продукции, в том числе оптовые потребители;
- у компании должно быть, как минимум, три различных поставщика сырья, материалов или комплектующих;
- необходимо знать информацию о других фирмах, взаимодействующих с фокусной компанией.

Общая характеристика предприятия по следующей схеме:

- 1) общая информация о компании: название, краткая справка об истории развития бизнеса, миссия, цели и задачи, общая численность и организационная и производственная структура;
- 2) ассортимент производимой продукции;
- 3) основные поставщики и потребители;
- 4) логистическая инфраструктура;
- 5) конкурентная среда компании.

Задача 2. Выбор инновационного продукта из ассортимента продукции и его описание. Продукт может быть потребительским, либо производственным.

Задача 3. Объектная декомпозиция существующих цепей поставок данного продукта (моделирование «как есть») - предполагает разделение цепи поставок (логистической системы) на составляющие: логистическая система – сеть – цепь распределения. Этот вариант объектной декомпозиции является отражением

логистической инфраструктуры в разрезе реализации функций управления данной системы. Объектная декомпозиция цепи поставок позволяет также определить структуру (состав, вид) логистической сети, канала, цепи применительно к проблеме формирования цепи поставок или логистической инфраструктуры, как некоторого набора структурных единиц. В разрезе реализации функций управления важно выделить подсистемы, звенья и элементы цепи поставок, за которыми должны быть закреплены материальные и финансовые ресурсы, а также определить состав и полномочия управленческого и рабочего персонала. Кроме того, объектная декомпозиция цепи поставок может быть эффективно использована для применения инструментов объектного моделирования и формирования адекватной информационной поддержки.

Задача 4. Процессная декомпозиция цепи поставок - разделение цепи поставок на следующие составляющие: цепь поставок – ключевой бизнес-процесс – логистический бизнес-процесс – логистическая функция – логистическая

операция. Ключевые бизнес-процессы – это процессы текущей деятельности компании, переводящие ресурсы компании в результат. Логистическим бизнес-процессом называется взаимосвязанная совокупность логистических операций и функций, в процессе реализации которых достигается заданный логистической стратегией фирмы результат. К логистическим функциям, связанным с операционной деятельностью, относятся: транспортировка, складирование и грузопереработка, упаковывание, управление возвратом и утилизацией (отходов, брака, тары), управление поставками запасных частей и материалов для ремонта основных фондов, таможенное оформление грузов (при осуществлении внешнеэкономической деятельности), информационно-компьютерная поддержка. К логистическим функциям, связанным с координирующей и интегрирующей деятельностью, относятся функции по управлению запасами, по управлению циклом выполнения заказа, интегрированному планированию и прогнозированию, межфункциональной и межорганизационной логистической координацией, управлению логистическими рисками, поддержание стандартов качества логистического сервиса, управлению функциональным жизненным циклом изделия.

Студенты определяют основные и вспомогательные бизнес-процессы выбранной фокусной компании и дают им краткую характеристику.

Задача 5. Построение сетевой структуры цепи поставок для выбранной фокусной компании. Для этого необходимо:

- определить формат и границы сетевой структуры цепи поставок;
- определить участников цепи поставок с разделением на основных и вспомогательных;
- установить виды связей между участниками цепи поставок.

Результат представить в виде схемы сетевой структуры с необходимыми пояснениями.

Задача 6. Анализ актуальных показателей деятельности цепей поставок инновационной продукции на национальный или мировой рынок проводить на основе информации, полученной в СМИ и Интернет. Стандартными показателями являются: уровень издержек, скорость прохождения товара по цепи поставок, время реагирования цепочки поставок на изменение рынка, надежность, эффективность управления товарными запасами.

Задача 7. Бенчмаркинг показателей деятельности существующих цепей поставок на основе KPI. Описание практик управления и применение ИТ-решений, позволяющих достигнуть «best-in-class» (лучших) показателей.

Задача 8. Этапы проектирования интегрированной цепи поставок. Организация межфирменной кооперации и координации с оптимальными поставщиками и потребителями. Студенты описывают преимущества данных участников ИЦП и механизм их взаимодействия.

1) Определение общих целей и задач, разработка единой стратегии. Разные стратегии приводят к разным типам цепей поставок. При стратегии быстрой доставки создается короткая ЦП, при стратегии минимизации затрат – возможно более длинная цепь. К другим факторам, влияющим на структуру ЦП являются: прогнозы спроса и предложения товаров, темпы инноваций, уровень конкуренции, финансовое положение компаний. Ширина цепи – это число параллельных маршрутов (каналов распределения), по которым может перемещаться продукция к конечному потребителю. Широкая цепь поставок означает множество поставщиков в каналах снабжения и сбыта, узкая – 1- 2 поставщика. Удлинение и расширение цепи приводит к повышению качества сервиса, но сопровождается ростом затрат и снижением контроля со стороны производителя. При проектировании ЦП проводится оценка общих затрат на доставку продукции конечному потребителю и время, необходимое для выполнения заказа. В настоящее время наблюдается тенденция к более коротким ЦП, требующим минимального числа посредников, например, единый национальный логистический центр.

2) Построение интегрированной сетевой структуры цепей поставок с использованием функциональных моделей.

3) Аутсорсинг вспомогательных процессов и интеграция ключевых бизнес-процессов в проектируемой цепи поставок.

4) Создание единой логистической информационной системы – описание ее структуры и функциональных возможностей.

5) Построение систем мониторинга и контроллинга деятельности проектируемой цепи поставок.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача (практическая работа, задача) решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача (практическая работа, задача) решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача (практическая работа, задача) решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача (практическая работа, задача) не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития

творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемая компетенция:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Вопросы к экзамену:

1. Классическая концепция логистики
2. Концепция интегрированной логистики
3. Концепция участия в логистической системе предприятия
4. Концепция управления цепями поставок
5. Концепция виртуальной логистики
6. Концепция спрос-ориентированных сетей поставок
7. Концепции эффективной логистики
8. Эволюция производственно-логистических сетей
9. Организационно-экономические предпосылки интеграции цепей поставок
10. Система логистического администрирования
11. Базовые логистические стратегии
12. Цели и задачи внутренней интеграции цепей поставок
13. Реинжиниринг организационной структуры управления
14. Сбалансированная система показателей
15. Логистические бизнес-процессы в цепи поставок
16. Бюджетирование логистических бизнес-процессов
17. Анализ, контроль и мониторинг логистических показателей
18. Логистический аудит
19. Контроллинг логистической деятельности
20. Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок
21. Электронный обмен данными
22. Технологии автоматической идентификации в цепях поставок
23. Система мониторинга цепей поставок
24. Информационная поддержка жизненного цикла изделий
25. Технология интегрированной логистической поддержки изделий
26. Технология управления данными об изделии
27. CALS-стандарты
28. Функциональное моделирование различных систем
29. Моделирование бизнес-архитектуры предприятия
30. Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов
31. Моделирование управления цепями поставок

32. Подходы и принципы построения интегрированных цепей поставок
33. Интегрированный подход к организации цепей поставок
34. Организация межфирменной кооперации
35. Стратегическое планирование деятельности интегрированных цепей поставок
36. Моделирование и реинжиниринг ключевых бизнес-процессов
37. Построение интегрированной системы управления цепями поставок
38. Создание концепции информационных технологий
39. Мероприятия по реализации модели интегрированных цепей поставок
40. Пути развития сетевых форм организации бизнеса в регионе

Критерии и шкала оценивания компетенций

«ОТЛИЧНО» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«ХОРОШО» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение практических работ, активность на семинарских занятиях и участие в деловых играх, а также посещаемость занятий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Промежуточный контроль проводится в форме тестов или письменных контрольных опросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

	Текущий контроль, включающий выполнение практических работ и написание проверочных тестов	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,7	0,3	1

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

658

Н 547

Неруш, Ю. М.

Проектирование логистических систем [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры/ Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш; Гос. ун-т упр. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 421, [1] с.: ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр.: с. 328-329, с. 336-337. - Глоссарий: с. 319-327. - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-3882-1: 14032.62, р. 500 экз.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Свободны / free: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Левкин, Г. Г.

Контроллинг логистических систем [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов/ Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 167 с.. - (Университеты России). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-07787-2: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

658

Н 547

Неруш, Ю. М.

Транспортная логистика [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ Ю. М. Неруш, С. В. Саркисов; Гос. ун-т упр., Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 351 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 232-325 (22 назв.). - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-4089-3: 16037.28, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Свободны / free: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

658

У 677

Управление запасами в цепях поставок [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры : в 2 ч./ Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т ; под общ. ред. В. С. Лукинского. - Москва: Юрайт, 2019 - 2019. - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-9916-7966-4

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Логистика. Теория и практика: учебник/ [Б. А. Аникин [и др.] ; под ред.: Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. - М.: Проспект, 2013 – 2013 [Ч. 2]: Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики. - 601 с. Имеются экземпляры в отделах ч.з.N5(1)

2. **Вдовина С.Б., Зайцев А.Н.** Логистика: учеб. пособие / С.Б. Вдовина, А.Н. Зайцев; Нижегородский государственный технический университет им Р.Е. Алексеева. – 2-изд., испр. – Нижний Новгород, 2012. – 163 с.

3. Логистика: учеб. пособие для вузов/ [Н. Г. Каменева [и др.] ; под ред. Н. Г. Каменевой. - М.: КУРС; М.: ИНФРА-М, 2013. - 200, [1] с.: табл. - Библиогр.: с. 195-197. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). Имеются экземпляры в отделах ч.з.N5(1)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

Общая логика курса состоит в том, что по каждой теме студент будет изучать теоретический материал и выполнять задания в аудитории и в виде домашнего задания. При освоении дисциплины рекомендуется посещать занятия, следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы при их возникновении.

Каждая тема курса состоит из трех основных блоков: 1. Лекционная часть. 2. Практическая часть. 3. Домашнее задание.

Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия.

Рекомендации по семинарским практическим занятиям

В рамках практических (семинарских) занятий студентами исследуются цепи поставок конкретного инновационного продукта.

Цель – совершенствование (реинжиниринг) существующих цепей поставок инновационного предприятия на основе концепции внешней интеграции.

Общая задача посвящена подробному описанию методологии анализа существующих цепей поставки инновационного предприятия и стратегического планирования интегрированных цепей поставок инновационного продукта.

На первом этапе— построение модели цепи поставок «как есть», выявление проблем через оценку текущих технико-экономических возможностей предприятия и планирование путей его дальнейшего развития. На втором этапе осуществляется стратегическое планирование деятельности интегрированных цепей поставки данного продукта и разработка модели цепи поставок «как будет».

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Практическая и самостоятельная работа студентов будет осуществляться индивидуально, выполняя практические работы, которые студенты не успели закончить в аудитории на семинарских занятиях.

При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к материалам лекций, текстам основной и дополнительной литературы, информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Учебная дисциплина «Интегрированная логистика»	
Цель изучения дисциплины	Изучение лучших мировых практик в сфере организации и управления логистическими системами организации, а также использование полученных знаний для анализа реальных и проектирования интегрированных цепей поставок инновационного предприятия
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-3 Способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.
	Уметь: применять методы, формы и средства наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.
	Владеть: навыками применения методов, форм и средств наиболее эффективного управления логистической деятельностью в интегрированной цепи поставок.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	1. Концептуальные основы организации и управления и логистическими системами предприятия
	2. Администрирование логистической системы предприятия
	3. Системы интегрированной информационной поддержки управления цепями поставок
	4. Методологические основы внешней интеграции логистической системы предприятия
Трудоёмкость (з.е. / часы)	5 з.е. / 180 часов
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Интернет-маркетинг»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Интернет-маркетинг».....	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Задачи.....	27
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	28
6.3.4. Решение кейсов	31
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	42
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	46
7.1. Основная учебная литература	46
7.2. Дополнительная учебная литература	46
7.3. Нормативные документы	46
7.4. Для самостоятельной работы	46
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	47
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	47

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	47
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	47

Наименование дисциплины (модуля)

«Интернет-маркетинг»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой.

В результате освоения ООП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: основные задачи интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности		
Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа		

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры: дисциплина «Интернет-маркетинг» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.07.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5	Интернет-предпринимательство	Интернет-маркетинг	Государственная итоговая аттестация
	Цифровая организация бизнеса		Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 8 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	203,75
Часов, всего	288
Зачетных единиц, всего	8

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Конт.акт. работа	Самостоятельная работа		Конт.акт. работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Создание и продвижение сайта	71,25	8	25	8	25	5	0,05	0,20
Тема 2. Контекстная реклама	71,25	8	25	8	25	5	0,05	0,20
Тема 3. Социальные медиа	71,20	8	25	8	25	5	0,05	0,15
Тема 4. Оценка эффективности интернет-продвижения реклама	74,3	8	26,5	8	26,5	5	0,1	0,2
Итого	288	32	101,5	32	101,5	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		20	0,25	
Самостоятельная работа	103,75		101,5		101,5			0,75
Промежуточная аттестация		зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№	Наименование темы	Содержание темы
1	Создание и продвижение сайта.	Понятие сайта. Корпоративный сайт. Прово сайт. Этапы создания сайта. Программные средства создания Web-страниц, SEO-оптимизация
2	Контекстная реклама	Понятие контекстной рекламы. Принципы контекстной рекламы. Планирование рекламной кампании. Виды околотематических запросов.

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
3	Социальные медиа	Современные тенденции. Неформат и самопубликаторы. Специфика PR в Интернете. Индекс цитируемости. Почтовые рассылки и пресс-релизы. Статьи, анонсы и пресс-конференции
4	Оценка эффективности интернет-продвижения	Цели. Оценка Эффективности рекламной политики. Оценка эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности рекламных площадок. Оценка эффективности отдельных элементов рекламы. Критерии эффективности

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Создание и продвижение сайта.	Создание сайта для проекта с помощью конструктора сайтов. Оптимизация сайта по ключевым словам
2	Контекстная реклама	Разработка контекстной рекламной кампании для проекта
3	Социальные медиа	Создание страницы проекта в социальной сети по выбору
4	Оценка эффективности интернет-продвижения	Представление плана оценки эффективности интернет продвижения для проекта

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Создание и продвижение сайта.	Разработка концепции сайта, выделение ключевых слов
2	Контекстная реклама	Анализ возможностей контекстной рекламы
3	Социальные медиа	Анализ
4	Оценка эффективности интернет-продвижения	Сравнительный анализ Google-аналитики и Яндекс-метрики

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Материалы лекций
2. Материалы семинарских занятий
3. Учебно-методическая литература
4. Информационные ресурсы "Интернета"
5. Методические рекомендации и указания
6. Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Создание и продвижение сайта	ОПК-5	решение задач	тестирование	письменно устно
Тема 2. Контекстная реклама	ОПК-5	решение задач	тестирование	письменно устно
Тема 3. PR в Интернете	ОПК-5	решение кейса	тестирование	письменно устно
Тема 4. Оценка эффективности интернет-продвижения	ОПК-5	реферат	тестирование	письменно устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать: основные задачи интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности	1,2,3,4
2	Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность использовать при решении задач интернет-маркетинговой деятельности современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Знать: основные задачи интернет-маркетинговой деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней	Уметь использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач маркетинговой деятельности	Владеть методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-маркетинговой деятельности, и их интеллектуального анализа	Решение задач, решение кейса, тестирование, реферат

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины

методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
SingleSelection	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.	pmt, bmp gif, jpg pdf, wmf doc, docx	2	1	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.
Multiple Selection	Web-страницу можно создать с помощью	любого текстового редактора, воспринимающего ASCII специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad; только с помощью редактора Блокнот Web-мастера графического редактора PowerPoint	1, 2, 4	2	Web-страницу можно создать с помощью
ShortAnswer	Управляющая последовательность символов, заключенных между знаками "<" и ">"		тэг	2	Управляющая последовательность символов, заключенных между знаками "<" и ">"
Multiple Selection	Преимуществами формата jpg являются	возможность удаления из файла избыточной и малозначительной информации использование 16 миллионов цветов поддержка режима анимации кадров	2		Преимуществами формата jpg являются

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание		
SingleSelection	Что такое SEO?	Мобильное приложение			Что такое Seo?		
		Социальная сеть					
		Поисковая оптимизация					
		То же, что и SMM					
Comparison	Сопоставьте по порядку этапы продвижения сайтов	1	Создание Технического задания на разработку веб-сайта.		36	Сопоставьте по порядку этапы продвижения сайтов	
		2	Верстка сайта.	4-2;			
		3	Определение целей веб-сайта и его позиционирование	5-1;			
		4	Создание дизайн-макета веб-сайта.	7-6			
		5	Программирование сайта.				
		6	Тестирование сайта				
		7	Наполнение сайта информацией.				
		8	Расположение сайта в сети Интернет.				
MultipleSelection	Что включает в себя подготовка технического задания при создании сайта?	Структуру сайта	1,3	2	Что включает в себя подготовка технического задания при создании сайта?		
		Источники для создания сайта					
		Формирование контента сайта					
		Языки программирования					
ShortAnswer	Специальные теги языка HTML, предназначенные для того, что бы указывать на тематику той или иной веб-страницы - это		Мета-теги	2	Специальные теги языка HTML, предназначенные для того, что бы указывать на тематику той или иной веб-страницы - это		
MultipleSelection	Основные направления SEO?	Мобильные приложения	2,3	1	Основные направления SEO?		
		Мобильные устройства					
		Контент					
		Интерактивное телевидение					
MultipleSelection	Какие бывают виды поисковой оптимизации?	Красная	2,3,5	2	Какие бывают виды поисковой оптимизации?		
		Белая					
		Серая					
		Красная					

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
		Черная			
SingleSelection	Сколько существует этапов при создании Web-сайта?	7 3 5 4	3	1	Сколько существует этапов при создании Web-сайта?
ShortAnswer	Расшифруйте HTML		Hyper Text Markup Language	2	Расшифруйте HTML

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

MultipleSelection	Преимущества рекламы в Интернет	возможность интерактивного контакта	2	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.
		избирательность		
		небольшое число пользователей в странах СНГ		
		относительно низкие затраты		
SingleSelection	Гиперссылка - это	URL - адрес	4	Гиперссылка - это
		адрес файла в Сети Интернет		
		фрагмент текста, выделенный другим цветом		
		фрагмент текста или графическое изображение, указывающие на		

		какой-либо ресурс в сети или страницу внутри сайта			
ShortAnswer	Кто (организационно-правовая форма) является самой многочисленной группой пользователей контекстной рекламы?		индивидуальные предприниматели	2	Кто является самой многочисленной группой пользователей контекстной рекламы?
SingleSelection	В каком году стала появляться информация о контекстной рекламе?	1995	4	1	В каком году стала появляться информация о контекстной рекламе?
		2005			
		2000			
		1996			
SingleSelection	Кто занимает первое место среди систем управления контекстными рекламами?	Google AdWords	3	1	Кто занимает первое место среди систем управления контекстными рекламами?
		Begun			
		Yandex.Direct			
		Rorer			

Тема 3.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
-------------	---------------	------------------	-------------------	-------------------	----------

MultipleSelection	Отдельный раздел технического задания – администрирование включает в себя:	<ul style="list-style-type: none"> - организация административной части сайта - процедуры оформления заказа - принципы классификации сортировки - учет заказов - принципы поиска по сайту 	1,4	1	Отдельный раздел технического задания – администрирование включает в себя:
MultipleSelection	Какими критериями должны обладать порталы, на которых должен создаваться информационный шум при выходе нового товара на рынок	<ul style="list-style-type: none"> - низкая посещаемость - высокая посещаемость - активность и динамичность форумов - соответствие целевой аудитории - без рекламных баннеров 	2,3,4	1	Какими критериями должны обладать порталы, на которых должен создаваться информационный шум при выходе нового товара на рынок
SingleSelection	PR это - это...	<ul style="list-style-type: none"> - процесс получения дохода в денежном эквиваленте при помощи собственного интернет-ресурса. - это функция менеджмента обеспечивающая установление и поддержание эффективных коммуникаций между организацией и ее общественностью. - связь между управляемой и управляющими для передачи осведомительной (или контролируемой) информации от управляемой к управляющему - это то же самое, что и 	2	1	PR это - это...

		реклама							
SingleSelection	SEO - это...	<p>- оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.</p> <p>- процесс получения дохода в денежном эквиваленте при помощи собственного интернет-ресурса.</p> <p>- это функция менеджера обеспечивающая установление и поддержку эффективных коммуникаций между организацией и ее общественностью.</p> <p>Высшее должностное лицо корпорации</p>	1	1	SEO - это...				
Comparison	Соотнесите понятия с их значениями.	<table border="1"> <tr> <td>SMM</td> <td>оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.</td> </tr> <tr> <td>SMO</td> <td>способ привлечения аудитории сайта посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообщений</td> </tr> </table>	SMM	оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.	SMO	способ привлечения аудитории сайта посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообщений	1-2, 2-3, 3-1	1	Соотнесите понятия с их значениями.
SMM	оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.								
SMO	способ привлечения аудитории сайта посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообщений								

		SEO	Социальная медиа оптимизация		
MultipleSelection	Поисковая система индексирует web-страницы:	- после введения пользователем слов в запросе - во время регистрации web-страницы разработчиком - во время создания web-страницы разработчиком - во время просмотра страницы программой-роботом	1	1	Поисковая система индексирует web-страницы
Shortanswer	Неотфильтрованный поток информации, в котором полезность полученных данных уменьшается прямо пропорционально количеству этих данных это - ...		Информационный шум	1	Неотфильтрованный поток информации, в котором полезность полученных данных уменьшается прямо пропорционально количеству этих данных это - ...
SingleSelection	Рекомендуемая доля прямого рекламного текста от общего объема материала при организации почтовой рассылки составляет не более:	- 5 % - 10-15 % - 20-25 % - 30-35 % - 50 %	2	1	Рекомендуемая доля прямого рекламного текста от общего объема материала при организации почтовой рассылки составляет не более:
Shortanswer	Метка, которая характеризует определенный		Тег	1	Метка, которая характеризует

	материал (страницу или конкретный абзац в рамках большой публикации) – это ...				т определенных материал (страницу или конкретный абзац в рамках большой публикации) – это ...
SingleSelection	Для публикации в Интернете веб-сайт необходимо разместить на:	<ul style="list-style-type: none"> - локальном компьютере - сервере провайдера хостинга; - почтовом сервере - сервере рекламного агентства 	2	1	Что из перечисленного относится к факторам внешнего влияния на поведения потребителя ?
SingleSelection	Наиболее распространенная в мире форма оплаты онлайн-новых сделок:	<ul style="list-style-type: none"> - почтовые переводы - использование банковских карт. - наложенным платежом 	2	1	Наиболее распространенная в мире форма оплаты онлайн-новых сделок:
SingleSelection	Релевантность поиска — это:	<ul style="list-style-type: none"> - степень соответствия обнаруженных ссылок запросу; - количество найденных ссылок; - сортировка ссылок по дате создания документов; - сортировка ссылок по алфавиту. 	1	1	Релевантность поиска — это:
Shortanswer	Степень соответствия обнаруженных поисковой системой ссылок исходному пользовательскому запросу – это...		Релевантность	1	Степень соответствия обнаруженных поисковой системой ссылок исходному

	поиска				пользовател ьскому запросу – это...
SingleSelection	Web-сайт — это:	- комплекс связанных по смыслу документов и иллюстраций;	1	1	Web-сайт — это:
		- ресурс, представляющий информацию о частном лице;			
		- текстовое и графическое содержимое сервера;			
		- программа, установленная на компьютере, подключенном к Интернету.			
Shortanswer	Нацеливание рекламного сообщения на ту аудиторию, которая способна положительно воспринять содержание рекламного сообщения и планово отреагировать на него (нажать на объявление, заполнить форму и т. п.). – это ...		Тарг етин г	1	Нацеливание рекламного сообщения на ту аудиторию, которая способна положительн о воспринять содержание рекламного сообщения и планово отреагироват ь на него (нажать на объявление, заполнить форму и т. п.). – это ...

Тема 4.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип	Текст вопроса	Варианты ответов	Прав	Сло	Опи
-----	---------------	------------------	------	-----	-----

задания			ильные ответы	жность вопроса	сан ие									
SingleSelection	Постклик-анализ – это...	<ul style="list-style-type: none"> - это доступ с мобильного телефона к информации о текущих остатках на ваших банковских счетах, а также к справочной банковской информации - это исследование поведения пользователя на сайте. - это когда ты наводишь указатель мышки, например, на ссылку, и щёлкаешь на левую кнопку - это то, что происходит после нажатия мышки 	2	1	Постклик-анализ – это ...									
Comparison	Соотнесите по порядку с чего начинается деятельность по продвижению рекламы в интернете.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Шаг 1</td> <td style="width: 30%;">Анализ своих интернет-покупателей</td> <td style="width: 40%;">1, 2, 2-3, 1</td> </tr> <tr> <td>Шаг 2</td> <td>выбор рекламируемых товаров/услуг</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Шаг 3</td> <td>Анализ собственного сайта</td> <td></td> </tr> </table>	Шаг 1	Анализ своих интернет-покупателей	1, 2, 2-3, 1	Шаг 2	выбор рекламируемых товаров/услуг		Шаг 3	Анализ собственного сайта			1	Соотнесите по порядку с чего начинается деятельность по продвижению рекламы в интернете.
Шаг 1	Анализ своих интернет-покупателей	1, 2, 2-3, 1												
Шаг 2	выбор рекламируемых товаров/услуг													
Шаг 3	Анализ собственного сайта													
SingleSelection	Переходы пользователей на сайт (трафик) – это...	<ul style="list-style-type: none"> - показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов - количественный показатель, дающий 	3	1	Переходы пользователей на сайт									

		<p>представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче</p> <p>- количественный показатель эффективности рекламного специалиста</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p>			(трафик) – это ...				
SingleSelection	На эффективность рекламы в Интернете в большей мере влияют:	<p>- аудиоэффекты</p> <p>- визуальные эффекты</p> <p>- содержательность текста</p> <p>- объем текста</p>	3	1	На эффективность рекламы в Интернете в большей мере влияют.				
Comparison	Соотнесите понятия с их значениями.	<table border="1"> <tr> <td>Глубина просмотра сайта</td> <td>показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу пользователя; чем меньше пользователь покидает страницу после ее загрузки, тем выше релевантность</td> </tr> <tr> <td>Длительность просмотра страницы</td> <td>показатель говорит о насколько посетитель вообще заинтересован наш сайт; больше</td> </tr> </table>	Глубина просмотра сайта	показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу пользователя; чем меньше пользователь покидает страницу после ее загрузки, тем выше релевантность	Длительность просмотра страницы	показатель говорит о насколько посетитель вообще заинтересован наш сайт; больше	1-2, 2-3, 3-1	1	Соотнесите понятия с их значениями.
Глубина просмотра сайта	показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу пользователя; чем меньше пользователь покидает страницу после ее загрузки, тем выше релевантность								
Длительность просмотра страницы	показатель говорит о насколько посетитель вообще заинтересован наш сайт; больше								

			страниц посетитель увидел, тем лучше			
		Отказы	показатель говорит о вовлеченности посетителя; чем дольше, тем выше вероятность, что посетители читают материалы			
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламной политики?	<ul style="list-style-type: none"> - помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу - определяет целесообразность вложения рекламную кампанию - помогает определить оценку эффективности отдельных рекламных площадок, задействованных в рекламной кампании - дает представление о качестве размещения ваших объявлений в органической выдаче 		1	1	Что определяет оценку эффективности рекламной политики?
Comparison	Соотнесите стадии взаимодействия пользователя с рекламой.	Осведомленность	реакция посетителя	1-2,2-3,3-1,4-5,5-4	1	Соотнесите стадии взаимодействия пользователя с рекламой.
		Привлечение	пользователь осведомлен			
		Контакт	пользователь осведомлен реакция			
		Действие	участие посетителя покупает повторно участие			
		Повторение	посетитель - участие покупает			

SingleSelection	Позиции сайта по определенному запросу в выдаче поисковой системы— это...	- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа	2		1	Позиции сайта по определенному запросу в выдаче поисковой системы— это...
		- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче				
		- это количественный показатель эффективности рекламного специалиста				
		- показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов				
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламной кампании?	- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу	2		1	Что определяет оценка эффективности рекламной кампании?
		- определяет целесообразность вложений в рекламную кампанию				
		- помогает определить оценка эффективности отдельных рекламных площадок, задействованных в рекламной кампании				
		- показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов				
SingleSelection	Видимость сайта по набору запросов— это...	- это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов	1		1	Видимость сайта по набору запросов—
		- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной				

		<p>выдаче</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p> <p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p>			это ...
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламных площадок?	<p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p> <p>- определяет целесообразность вложения рекламную кампанию</p> <p>- помогает определить оценку эффективности отдельных рекламных платформ, задействованных в рекламной кампании</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p>	3	1	Что определяет оценка эффективности рекламных площадок?
SingleSelection	CPC – cost per click – это...	<p>- это количественный показатель эффективности рекламного специалиста</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p> <p>- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче</p> <p>- это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов</p>	2	1	CPC – cost per click – это ...
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности отдельных элементов рекламы	<p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p>	2	1	Ключевые отличия

		<ul style="list-style-type: none"> - дает представление об эффективности различных форм представления рекламной информации в Интернете - помогает определить оценка эффективности отдельных рекламных платформ, задействованных в рекламной кампании - это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов 			<p>сма ртф она от теле фон а – это..</p>
MultipleSelection	К коммуникативным показателям эффективности интернет-рекламы относятся:	<ul style="list-style-type: none"> - Число показов - Число действий - Число кликов - Число клиентов - Число посещений - Число заказов 	1,3,5	1	К коммуникативным показателям эффективности интернет-рекламы относятся:
MultipleSelection	К экономическим показателям эффективности интернет-рекламы относятся:	<ul style="list-style-type: none"> - Число новых пользователей - Стоимость размещения рекламы - Число просмотров страниц - Частота заказа - Глубина просмотра - Средняя сумма покупки 	2,4,6	1	К экономическим показателям эффективности интернет-

					Т-рекламы отнесены:
--	--	--	--	--	---------------------

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Задание 1: Выбрать тему группового проекта по дисциплине

Задание 2: Разработать сайт для группового проекта с помощью конструктора сайтов

Задание 3: Провести оптимизацию сайта группового проекта по ключевым словам

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Задание 1: Разработать план контекстной рекламной кампании в «Яндекс Директ» или «Гугл Эдвордс».

Задание 2: Сделать расчет затрат и дополнительной прибыли в связи с контекстной рекламной кампанией.

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;

- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 4.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Темы рефератов

Тема 1. Наиболее успешные программы лояльности

Тема 2. CRM-концепция и интернет-маркетинг

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отве	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отве
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логична и не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 2 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 3.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный
--------------	---

Пример кейса.

Кейс: Проект обновления Пепси : Жажда изменений

Источник: Harvard Business School 9-512-018 REV: NOVEMBER 14, 2011

В 2009 Пепси объявила, что не будет управлять рекламой своих фирменных брендов во время Супер Боул 2010 года. Вместо этого компания отклонила 20 млн. долларов - свой типичный бюджет для Супер Боул – чтобы поддерживать гранты на благотворительные маркетинговые программы. “ Проект Обновления Пепси” позволил людям представить идеи для грантов, чтобы "обновить" их сообщества. Гранты были вручены идеям, набравшим наиболее количество голосов.

Потребительская реакция на программу была огромна. Больше голосов было отдано за проекты Освежительного напитка Pepsi, чем в предыдущие американские президентские выборы. В то же время, продажи пепси резко падали в США – вниз на 5% в 2010 – и PepsiCo теряла долю на рынке ее конкуренту, Coca-Cola. В первые за 20 лет Пепси Кола сдала свой титул второго пользующегося спросом газированного напитка после Кока-Колы, скользя к трети, позади диетической Кока-Колы. Цена акций ПепсиКо также снизилась на 5% в 2010.

Ирээбэл с ее фирменной командой села, чтобы запланировать их стратегию на 2011. Вырисовывались два вопроса. Должна ли Пепси продолжать вкладывать капитал в “ Проект Обновления Пепси”? Если да, то как команда должна выстроить свою маркетинговую стратегию, чтобы использовать успех проекта для стимулирования продажи Пепси?

История Пепси

Фирма Пепси принадлежала и управлялась ПепсиКо, глобальной компанией потребительских товаров, которая управляла разнообразным портфелем закусок, напитков и продовольственных брендов – включая Fritos, Doritos, Lay's, Gatorade, Tropicana, Sobe Waters, Aquafina, 7-Up, Mountain Dew, Quaker Oats, Cap'n Crunch, Rice-a-Roni, and Aunt Jemima. В 2010 Пепси была одним из самых ценных брендов в мире. Ценность бренда была оценена в более чем \$14 миллиардов, и это заняло 23-ое место на Межфирменном ранжировании лучших мировых брендов.

Бренд Пепси возник в 1898 как смешанный от руки газированный напиток, созданный восхитить толпу в аптеке Северной Каролины Калеба Брэдхэма. Оригинальный напиток Пепси Кола был присоединен с диетической Pepsi, низкокалорийному напитку, произведенному в 1964, и Pepsi-Max, напитку без сахара с удвоенной суммой кофеина, произведенного в 2007, чтобы сформировать Фирменную семью Pepsi.

ПОКОЛЕНИЕ PEPSI

В свои ранние дни Пепси-Кола продавалась как оздоровительный напиток. Во время Великой Депрессии она захватила внимание потребителей предложением двенадцати унций соды за никель. Во время Второй мировой войны Пепси изменила свою упаковку на красный, белый и синий цвет, подчеркивая патриотические темы в своей рекламе.

В 1950-х Пепси позиционировалась как напиток для молодежи и для людей молодых в глубине души, призывая быть общительным и энергичным, не стесняться и не бояться изменений. В 1985, Пепси стала “Выбором Нового поколения”, с рекламой, показывающей поп-звезду Майкла Джексона, который поставил Пепси на ведущем крае массовой культуры. В 1997 Пепси запустила свою “GeneratioNext” кампанию. Пепси продолжала вовлекать самых влиятельных музыкантов и спортсменов в своих рекламах. Говард Палчин, исполнительный директор службы связей с общественностью Пепси, говорит: “Пепси всегда была связана с изменениями культуры, пробуя различные, новые вещи. Пепси объединяет людей и идеи. Когда люди вместе, Пепси там”.

Фрэнк Купер, Главный Чиновник Обязательства, Напитки ПепсиКо, объяснил устойчивое обращение этого образа жизни, позиционируя:

В 1960-ых мы создали успешную рекламную кампанию с лозунгом “Для тех, кто думает по-молодежному”. Эта идея превратилась в б “Поколение Пепси”. Родившиеся во время демографического взрыва, которые достигали совершеннолетия, были взволнованы, заняты, и восторженны – и начали движение, которое преобразовало нашу культуру. В 80-х и 90-х Поколение XX-ых испытало преобразование с пишущей машинки на компьютер, письма в электронную почту, изолированные культуры к глобальной инфраструктуре. Сегодняшнее Поколение двухтысячных, наиболее глобально связанная группа в истории, воплощает и принимает изменение.

Войны Колы

В 1970-х возрастающие продажи Пепси начали бросать вызов лидеру рынка, Кока-Коле – и “войны колы” начались. В 2010 ценность бренда Кока-Колы была оценена в более чем \$70 миллиардов, и это превысило список лучших мировых брендов по оценке Interbrand.

Оценка Interbrand Кока-Колы основывалась на том, что “его фирменное обещание веселья, свободы, духа и отдыха резонирует во всем мире и выделяется поддержанием развития и свежести бренда, а также поддерживает ностальгию, которая укрепляет глубокую связь клиентов с брендом”. В 1975 фирменная команда Пепси нашла способ дифференцировать Пепси от Кока-Колы, преобразовав следствия слепых тестов вкуса, показывая, что люди предпочли вкус Пепси к Кока-коле, в отмеченную наградой рекламную кампанию.

Это возбудило продажи Пепси, катапультируя в первое место среди безалкогольных напитков в американских супермаркетах. В ответ Кока-Кола создала более сладкую версию своего напитка, которая появилась на полках в 1985. “Новая Кока-Кола” обошла и Пепси и Кока-Колу в слепых тестах вкуса. Однако потребители Кока-Колы восстали против Новой Кока-Колы, демонстрируя ностальгическое и культовое обращение бренда

Кока-Кола. В ответ Кока-Кола быстро ввела классическую Кока-Колу. В 2010 году Кока-Кола лидировала на рынке газированных напитков.

ПепсиКо в 21 веке

С приходом нового века ПепсиКо столкнулся со значительными трудностями. Первым было уменьшение потребления соды в Соединенных Штатах. В 2009 средний американец потреблял 46 галлонов газированных напитков, эквивалент 736 порций на восемь унций – больше чем двух порций в день – но и это было значительно ниже, чем в 1998, когда американцы потребляли 864 порции.

Достигнув максимума в 2004, объем продаж уменьшался в течении шести лет, так как пьющие колы переключились на соки, чай со льдом и на воду, но несмотря на это в 2009 потребители все еще купили колу два раза больше, чем воды в бутылках, и больше, чем молоко и пиво вместе взятых. Аналитики ожидали, что объем ежегодно уменьшится с 1.5% на 3% в течении следующих десяти лет.

Вторая проблема заключалась в том, что к 2010, два треть американских взрослых и одна треть американских детей и подростков страдали ожирением и большим весом. Первой леди Мишель Обамой была начата инициатива анти ожирения, которая требовала изготовителям содовых напитков вставить сведения о калорийности напитка на переднюю часть бутылки.

Группы лоббировали законодателей спонсировать налоги содовой, чтобы уменьшить потребление и платить за медицинские затраты ожирения. Компании как PepsiCo, Coca-Cola и McDonald's часто были представлены как примеры корпораций с проблемами ожирения. Джон Лейбовиц, председатель федеральной Торговой Комиссии, заявил, что его агентство начнет “позорить компании, которые не делают достаточно”.

В ответ “Американская Ассоциация Напитка” обязалась уменьшать калории напитка на рынке, с их членскими компаниями, предлагающими более низкокалорийные напитки. ПепсиКо и Кока-Кола прекратили продавать подслащенные напитки с большой калорийностью в американских школах в 2006. Генеральный директор ПепсиКо, Индра Нуйи продемонстрировал новое видение компании – Работа с Целью. Люди ПепсиКо объединены нашей уникальной приверженностью стабильному росту, названному Работа с Целью. Посвящая нас предложению широкого спектра выбора для здорового, удобного, и забавного питания, уменьшая наше воздействие на окружающую среду, и способствуя разнообразной рабочей культуры, ПепсиКо уравнивает сильную финансовую прибыль, предоставляя ее нашим сообществам во всем мире.

Компания начала увеличивать свой ассортимент продукции с полезными продуктами и напитками с новым подходом к сегментации его производственной линии: продукты fun-for-you, такие как Pepsi, Doritos и Mountain Dew; продукты better-for-you, такие как Baked Lays и Propel water с уровнями жира, натрия и сахара с диетическими рекомендациями потребления; и продукты good-for-you, такие как Gatorade, Quaker oatmeal, и соки Naked,

которые включали целое зерно, фрукты, овощи и питательные вещества. Цель ПепсиКо состояла в том, чтобы утроить число продуктов good-for-you к 2020.

Поскольку компания сосредоточилась на создании более здоровых продуктов, критики утверждали, что высшее руководство ПепсиКо теряло свое внимание на содовую и на закусок, которые были их основной продукцией – и что курс акций страдал в результате. Аналитик Сэнфорда Бернштейна, Али Дибэддж, заявил, что “они должны понять, что их ядро - это сладкая, жирная компания колы, которую люди любят. Здоровье и благополучие - хороший фокус, но вы не можете быть особенно сфокусированы на нем.

Кампания “Refresh Everything” (“Обнови Все”)

Так как Ирээбэл, Бондарь и их рекламное агентство, TBWA\Chiat\Day искали идею, чтобы закрепить рекламную кампанию Пепси 2009 года, они наблюдали несколько важных культурных изменений в США. Потребительский опрос Пепси в декабре 2008, однако, показал, что американцы были полны надежд о будущем; это было особенно верно для потребителей нового поколения (17-27 лет), 80% которого выразили надежду о своем будущем.

В ответ Пепси начала новую кампанию – “Обнови”-с подзаголовком “Каждое поколение обновляет мир” у которого было три функций: Wordplay, направленная в основном на нового поколения; Bottle Pass, предназначенный, главным образом, для родившихся во время демографического взрыва; и Refresh Anthem для Супер Боул. Все выполнения “сообщили” оптимизм, надежду, радость и любовь; запуск кампании совпала с кануном Нового 2009 года и Пепси намазал Таймс-Сквер в Нью-Йорке, место, где организовалось самое большое мероприятие в стране, с рекламами. Кампания бросила вызов потребителям освежить и возобновлять свой мир.

Реклама “Refresh Anthem”, была создана для Супер Боул 2009 года, показав Боба Дилана и will.i.am, солиста с Black Eyed Peas, под песню Дилана, “Forever Young”. В рекламе говорилось фраза, “Каждое Поколение Обновляет Мир”, и сочетались сцены с 1960-х и 2000-х. Видеоролик сосредоточился на общих чертах между Родившимся во время демографического взрыва и Новым Поколением над темами счастья, изменений и молодости. Джереми Саймон, главный бухгалтер объяснил:

Это пришло из понимания двух бизнес-задач, стоящих перед Пепси. Наши основные потребители, Родившиеся во время демографического взрыва, оставляли категорию содовой и не заменялись Новым поколением. Наша проблема состояла в том, чтобы найти решение обеих проблем, а значит держать Родившихся во время демографического взрыва и привлечь Нового поколения. К нам пришло понимание, что у этих двух поколений есть много общих ценностей, они - оптимистические поколения, которые верят, что могут изменить мир.

Проект Обновления Пепси

С переходом кампании “Обнови Все” на второй год, настроение страны снова изменилось. Саймон объяснил: “2010 стал годом действия, а не слов”. “Освежи Все” было бы оценено на действиях бренда, а не на словах в нашей рекламе. Мы знали, что должны были сделать что-то действительно большое и материальное, физическое проявление нашей фирменной платформы”.

“Проект Обновления Пепси” был маркетинговой программой, приспособленной, чтобы требовать и вознаградить идеи своих потребителей за регенерацию их сообществ: Пепси позволила бы потребителям предписать изменение, финансируя их идеи. На 2010 \$20 миллионов – первоначально предназначенные для других маркетинговых действий, включая рекламу Супер Боул – должны были финансировать лучшие идеи, представленные потребителями.

Гранты в пределах от 5,000\$ к 250,000\$ поддержали бы идеи в шести категориях, таких как “Образование” и “Планета”. Центр программы был их веб-сайт – www.refresheverything.com – куда потребители представили идеи, познакомились предложенными идеями и отдавали их голоса. Каждый месяц поступило порядка 1000 идей. Потребители были поощрены возвращаться часто, чтобы голосовать; каждый человек мог голосовать за десять идей в день во время тридцатидневного избирательного периода. Проект извлёк выгоду из нескольких сходящихся тенденций. Во-первых, исследования показали, что социальный капитал брендов был важен для Нового Поколения: 69% утверждали, что они рассмотрели социальное и экологическое обязательство компании, делая покупку, и 89% сказали, что переключатся на бренд, который связан с хорошим делом. Во-вторых, Новое Поколение полагало, что они были и обязаны, и уполномочены сделать мир лучшим местом: 92% полагали, что мир должен был быть изменен, и 83% полагали, что у их поколения была обязанность изменить мир. В-третьих, Поколение двухтысячных полагало, что технология и определенно социальные медиа, соединяющие людей, были силой для изменения.

Фирменная команда заключила в капсулу эти тенденции с тэглайном “Каждое поколение, освежает мир. Теперь ваш черед”. Материалы запуска пригласили потребителей участвовать:

Представьте, если у всех групп общества в США была всего одна идея сделать мир лучше. Теперь представьте, что у них есть средства воплощать их в реальность. Проект Пепси предлагает платформу для изменения, уполномочивая американцам оказывать благотворное влияние на их сообщества... Проект Пепси-это проект о силе людей и их идей.

Сеть партнеров Пепси

Объем и масштаб проекта были непохожи на что-либо, что Пепси сделала прежде. Фирменная команда включила в список кадров партнерских агентств, чтобы помочь запланировать и выполнить проект. Кроме того, все внутренние фирменные ресурсы

Пепси – и финансовый и персонал – были отклонены из других маркетинговых программ. Ирээзбэл смеялась, вспоминая поддержку, которую она получила:

У нас есть приблизительно 125 человек, работающих над проектом. Если Вы спросите кого-либо из них, они все чувствуют, что владеют проектом. Есть огромное чувство гордости. Люди, которые работают над другими брендами здесь в ПепсиКо, спрашивают, ‘могу я чем -нибудь помочь?’ У нас есть группа сотрудников, которые являются Поколением двухтысячных, которое помогает нам модерировать идеи каждый месяц, просто потому что они хотят быть частью ее, а не потому что это - часть их работы.

“GOOD” ,интегрированная компания СМИ для “людей, компаний и НПО, которые движут миром”, играла главную роль партнерства. ПепсиКо предположила компанию “GOOD” как своего гида и инструмента для реализации идей. “У них было понимание, как вещи действительно работают – не просто предоставление организации и надежда, что они достигли бы чего-то, но принимающий участие непосредственно, чтобы помочь выполнить идею”, сказал Купер. Участие кампании “GOOD” предоставило законность ПепсиКо, как Ирээзбэл объяснил: “Мы говорили с некоммерческими предпринимателями, чтобы понять, будет ли это работать. Как мы будем делать это подлинным?”

“GOOD” играла несколько ролей. Они приняли на работу и управляли командой Послов – появляющихся лидеров, активистов, защитников района, и некоммерческих основателей –тех, кто работал, чтобы увеличить участие некоммерческого сообщества, развивать и курировать новаторские идеи в их экспертных областях. “GOOD”работал с персоналом Пепси, чтобы исследовать представленные идеи и гарантировать, что они придерживались духа и закона программы прежде, чем быть открытым для голосования. Процесс проверки идей был разработан, чтобы гарантировать, что Пепси не финансировала идеи, которые могли повредить репутацию бренда.

В дополнение к этим внешним партнерам ПепсиКо полагался на своих сотрудников, чтобы повысить азарт. Фирменная команда создала специальный конкурс среди групп сотрудников ПепсиКо, таких как Women’s Initiative Network и Adelante, Pepsi Latino/Hispanic Inclusion Group. Каждую группу попросили представить идею для гранта в размере 10,000\$, а сотрудников - проголосовать за своих фаворитов.

Внутреннее исследование продемонстрировало воздействие программы на сотрудников: 97% сказали что проект укрепил их гордость за кампанию ПепсиКо, 83% запланировали голосовать за идею, и 25% запланировали представить идею. Кристин Хинк, Старший менеджер коммуникаций Pepsi Beverages Company, суммировал ответ сотрудника:

Фирменное решение команды нанять сотрудников было уникальным и значительным. Этот подход помог сотрудникам всей компании становится активными, образованными и увлеченными послами. У нас были сотрудники, пишущие “за мои 30 лет работы в ПепсиКо, я ни разу не был более гордым!”.

Программа вовлечения производителей разливочных машин

Пепси также привлекала своих партнеров-производителей разливочных машин. ПепсиКо распространяла свой напиток через сеть независимых компаний, обладавших франшизными правами на продажу продукции Pepsi на определенной территории. С тех пор как разливочные машины стали главной фишкой магазинов, команда Пепси поняла, что поддержка производителей этих машин была ключом к успеху программы.

Проект был озвучен на национальном собрании производителей разливочных машин, организовывались вебинары, целью которых было ознакомление производителей с материально-техническими деталями программы. Специальный конкурс грантов стимулировал идею подчинения производителей разливочных машин. Ввиду того, что производители будут руководить отношениями и событиями, происходящими вокруг победителей грантов, команда Pepsi создала специальный комплект победителя (с баннерами и чеками) и настояла на том, чтобы производители использовали эти специальные комплекты вместе с местными новостными организациями.

Некоторые производители были настроены скептически по поводу способности программы стимулировать дополнительные продажи, другие же посчитали, что программа направлена на «полировку» изображения бренда.

Дейв Педерсон, вице президент по продажам безалкогольных напитков в Миннесоте, полагал, что проект усилил возможность увеличения узнаваемости Пепси в магазинах. Брайан Чарнески, представитель шестнадцати независимых производителей разливочных машин на северо-западе, выразил беспокойство: « Людям нравится программа, запущенная Пепси, она отличная, но не вызывает им покупать Пепси»

Запуск

Сайт, посвященный обновленной программе Пепси, начал функционировать 13 января 2010 года. Одно ключевое решение касалось того, как наилучшим образом включить бренд и продукцию Пепси в проект. Кейт Уотс с цифрового агентства Пепси, отметила, что “не было никакого прямого призыва к действию для покупки на веб-сайте. Брендингом была, очевидно, в значительной степени Пепси, но не было никакого прямого толчка продать продукт . И это было оригинальным намерением – оно, как предполагалось, подняло бренд, но не стимулировало продажи”

Эдельман и Вебер Шэндвик с службы связей с общественностью Пепси, управляли многогранной национальной и местной программой связей с общественностью. Актеры Кевин Бэкон и Деми Мур участвовали в Pepsi Refresh Celebrity Challenge , о котором объявили впервые на Today show. Страница “Обнови все” в Facebook-е, также оказал исключительную возможность смотреть “Pepsi Refresh Everything through Great Ideas” мозговой штурм, в прямом эфире из Нью-Йорка. Мозговой штурм заставил Мура, Бэкона, СМО и президента совместных предприятий для PepsiCo Americas Beverages Джилл Берод, члена консультативного совета Мэджора Картера и студентов из Нью-Йорка

колледжа обсудить идеи, которые должны были положительно двигать миром. Зрители представили вопросы в режиме реального времени через Facebook и Твиттер ; содержание от мозгового штурма было доступно на Ustream, Facebook и на новом приложении для iPhone.

За первый месяц всего за 72 часа было представлено около 1000 идей. Больше чем 141,000 голосов были отданы за первые три дня голосования. На втором месяце программы потребовалось только 16 часов, чтобы представить 1000 идей. Палчин помнит момент, когда команда поняла, что программа будет иметь успех: “Мы волновались, что будет слишком мало представленных идей. Что, если никто не участвует? Что, если никто не голосует?”.

Потребители взаимодействовали с проектом через платформы СМИ. Они голосовали за на главном сайте-в Facebook, или через SMS. Мобильное приложение позволило потребителям рассматривать идеи в своей области проживания и голосовать с мобильных телефонов.

Скоро, у сайта было четыре - пять миллионов уникальных посетителей каждый месяц. К марту 2010 проект принес Пепси еще 300,000 подписчиков Facebook и 1,000 твитов в день.

Традиционные медиа программы

ПепсиКо был одним из крупнейших рекламных покупателей СМИ в США, тратя \$136 миллионов в 2009 для поддержки своих фирменных брендов. В течение августа 2010 Пепси потратила \$109 миллионов, рекламируя свой “Проект Обновления Пепси”.

Делая ставку на Супер Боул

Одно из самых главных решений, которые сопровождали проект, было выбор Пепси убежать от Супер Боул, будучи одним из его крупнейших рекламодателей за 23 года. Купер описал реакцию, “Я был удивлен эмоциональным ответом – люди сошли с ума. Они глубоко были присоединены к появлению Пепси на Супер Боул, рассматривая это как часть культурного опыта игры”.

Супер Боул был выдающейся рекламной ареной, принеся 100 миллионов зрителей, ожидающих дебют новой рекламы во время игры. Тридцать вторые места для рекламы стоят 2.5\$ к \$3 млн. и Пепси потратила \$143 миллиона на Супер Боул, рекламируя свои бренды с 1999 – 2008. Кока-Кола потратила \$30.5 миллиона во время того же самого периода. Пепси исторически использовала Супер Боул, для запуска своих новых брендов, а потребители часто оценивали объявления Супер Боул Пепси высоко, расширяя досягаемость и воздействие объявлений в следующие недели.

Ирэзэбэл объяснила решение, “Мы не чувствовали, что Супер Боул был правильной платформой для Проекта “Обнови”. Мы, вероятно, пожертвовали осведомленностью, но я думаю, что мы получили подлинность и доверие”. Хобарт продолжал, “Это- среда, где люди хотят видеть юмор, и этот проект не предоставлял себя этому. Однако у Пепси было длинное наследие на Супер Боул – было трудно убежать от этого воздействия, и мы слышали его от наших рабочих, разливающих напитки по бутылкам”.

Однако, Пепси была вторым самым штурмуемым брендом вокруг Супер Боул. Пепси добавил 300,000 поклонников на своей странице Facebook во время проведения Супер Боул, в то время как Кока-Кола, которая использовала в своих интересах отсутствие Пепси и управляла многократными объявлениями Супер Боул, добавила 390,000. Директор по маркетингу Кока-Кола, Кейти Бейн сказала, “Мы чувствуем, что Супер Боул - один из тех культовых моментов, который помогает Кока-Коле полировать свой бренд”.

Анализируя результаты

Ирэзэбэл и ее команда провели встречу, анализируя результаты проекта. Многие были положительными. К концу ноября 2010 182,931 идей были представлены людьми всех возрастов из всех пятидесяти штатов. Более чем 57 миллионов человек голосовали за идею.

До проекта Пепси отстала от Кока-Колы в поклонниках Facebook, с 225,000 к 3.5 миллионам Кока-Колы: проект принес 3 миллиона подписчиков Facebook и 53,000 подписчиков в Твиттере.

Проект выиграл приз Titanium, во время Международного Рекламного Фестиваля в Каннах - самой большой рекламной шоу в мире. Журнал "Forbes" назвал программу среди “лучших когда-либо существующих компаний социальных медиа”.

Получатели гранта первого месяца отразили разнообразие финансируемых причин. В середине года, после катастрофического разлива нефти в Мексиканском заливе, Пепси добавила специальный конкурс гранта для идей, которые бы помогли Заливу. Представленные идеи включали перемещение подвергаемых опасности морских черепах и подготовку лагеря для молодых музыкантов. Пепси оценила, что в течении ноября 2010, проект положительно повлиял приблизительно на 73,000 людей непосредственно и еще на 29,000 людей косвенно.

Однако в данных были также беспокоящие тенденции. Среднее время, которое потребитель проводил на сайте “Обнови все” было низким – между тремя и четырьмя минутами. Веб-сайт функционировал хорошо как голосующий двигатель, но его содержание не держало людей вовлечёнными. Сингх чувствовал, что в 2011, команда должна была “рассматривать голосование как отправную точку – как разрешение более глубоких обязательств. Что мы видим, так это то, что сегодня потребитель заходит в сайт, знакомится идеями, голосует и затем “дезертирует с корабля””.

Кроме того, команда не была уверена, что программа привлекала правильных потребителей –представителей идей и избирателей. Ирэзэбэл отметила превосходство

крупных некоммерческих организаций, которые представляли идеи и просили своим старым сторонникам голосовать.

Проект также собрал некоторую отрицательную прессу: один блоггер спросил, “Что фактически продают Пепси и Кока-Кола? Безалкогольные напитки; жидкость с большим количеством сахара и никаких витаминов. И теперь они хотят ассоциироваться со здоровьем, планетой, искусством и культурой, едой, приютом и образованием? Используя социальные медиа? Простите, но я думаю, что где-то произошло столкновение ценностей”.

Наконец, прибыло большинство беспокоящихся чисел, так как продажи продолжали резко падать: объем ПепсиКо упал на 4.8%, а диетической Пепси упала на 5.2% в 2010. И Пепси и диетическая Пепси потеряли долю на рынке, в то время как Кока-Кола восполнила выгоду на 10%. Сингх заметил, “Это - пункт напряженности: что-то, что строит ценность бренда, не переводит на немедленный показатель окупаемости инвестиций. Это переводит на продажи год спустя или несколько лет спустя.

Это - большая фирменная ставка и инвестиции. Ирээбэл описала свои взгляды: “Краткосрочные давления очень сложны – все мы признаем, что было бы лучше, если бы проект стимулировал продажи. Но в конце, мы хотим преуспеть, делая хорошее. Это – то, к чему мы должны стремиться в 2011: наши программы должны быть связаны с продажами в умах потребителей”.

Учитывая все данные перед ними, команда боролась с тем, как определить успех. Купер попытался сосредоточиться на длительном сроке:

Мы строим больше отношений, и у нас есть больше точек контакта с нашими потребителями. Мы также оцениваем деятельность в пределах социальных медиа, и ответ огромен. В конечном счете, позволяя людям делать хорошее через нашу платформу, будет служить нам в розничной полке. Люди, которые являются в рынок, порванный между нашими конкурентами и нами – сделают покупку в нашу пользу, потому, что мы возвращаем, увеличивая ценность жизней людей.

Вопросы к кейсу:

1. Кто такая Ами Ирээбэл, и зачем она пришла в Пепсико
2. История Бренда
3. Что такое «Поколение Пепси»?
4. Что такое «Войны колы»?
5. Как развивалась компания в 21 веке?
6. В чем суть кампании «Обнови» (Refresh)?
7. Сеть партнеров Пепси
8. Что такое GOOD?

9. Программа привлечения производителей разливочных машин
10. Продвижение в Фейсбук
11. Супер Боул и «Обнови»
12. Результаты кампании
13. Выводы

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> • изложение материала логично, грамотно, без ошибок; • свободное владение профессиональной терминологией; • умение высказывать и обосновать свои суждения; • студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; • студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> • студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; • ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> • студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; • обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> • отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; • в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и

практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Проверяемые компетенции:

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Вопросы к зачету:

1. История развития интернета.
2. Термин «Интернет-маркетинг».
3. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга.
4. Интернет-маркетинг как предмет исследования.
5. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.
6. Основные составляющие интернет-маркетинга.
7. Основные понятия, связанные с процессом разработки веб-сайтов.

8. Основные понятия, связанные с процессом модернизации веб-сайтов.
9. Основные понятия, связанные с процессом продвижения объектов рынка в Интернете.
10. Альтернативные способы представления объекта рынка в интернете.
11. Моделирование поведения участников рынка в Интернете.
12. Методы экспертных оценок в Интернете.
13. Ориентация на достижение целей в интернет-маркетинге.
14. Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
15. История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем.
16. Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.
17. Особенности интернет-продвижения в независимой зоне основных поисковых систем.
18. Основные понятия, связанные с социальными медиасервисами в Интернете.
19. Ключевые социальные сети в РФ и за рубежом.
20. Блоги и блогосфера.
21. Особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах.
22. SMM и SMO.
23. Игры в социальных сетях.
30. Реклама в поисковых системах Интернета в РФ и за рубежом.
31. Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама.
32. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.
33. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
34. Основные понятия, связанные с баннерной рекламой объекта рынка.
35. Понятие SEO, его история и развитие.
36. Методы SEO-оптимизации.
37. Работа с внутренней оптимизацией.
38. Внешнее окружение и его значение для сайта.
39. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.
40. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
41. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях.
42. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем.
43. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
44. Оценка эффективности баннерной рекламы.
45. Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения.
46. Формирование интернет-маркетинговых стратегий на основании ключевых факторов в зависимости от объекта продвижения. Этапы интернет-маркетинговых стратегий.
47. Взаимосвязь жизненного цикла товара и используемых средств интернет-продвижения.
48. Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
49. Нестандартные способы интернет-продвижения как важный инструмент для продвижения нестандартных объектов рынка.
50. Понятие информации, положительно направленных и отрицательно направленных информационных полей. Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.
51. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.
52. Виджеты для мобильных устройств.

53. Перспективы развития интернет-маркетинга, информационных технологий, маркетинговых инструментов в Интернете. Успешность фирмы как результат тесной интеграции маркетинга и интернет-маркетинга.

54. Формы проявления интернет-маркетинга. Дистанционное обучение и коммуникации. Глобальная информатизация общества и экономических процессов.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается также по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно» на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Решение задач	Решение кейса	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,3	0,2	0,1	0,4	
оценка					

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с. ЭУ
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с. ЭУ
3. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с. ЭУ

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Инновационный маркетинг/ В. Д. Секерин. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 236, [2] с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 223-235 (268 назв.). - ISBN 978-5-16-004681-5
2. Интернет-реклама: учеб. пособие/ А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - М.: Дашков и К°, 2010. - 167, [1] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 159-168. - ISBN 978-5-394-00465-0
3. Манн, И. Б. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов/ Игорь Манн. - 5-е изд.. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 281, [2] с.: ил. - Вариант загл.: 50 работающих инструментов. -ISBN 978-5-00057-187-3

7.3. Нормативные документы

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

7.4. Для самостоятельной работы

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практ. пособие/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К°, 2010. - 119, [1] с.: ил.. - Библиогр.: с. 119-120 (38 назв.). - ISBN 978-5-394-00710-1
2. Интернет маркетинг на 100%. Под ред. Сухова. 2009. СПб. Питер. ISBN: 978-5-49807-172-5
3. Гитомер, Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать/ Дж. Гитомер. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 187 с.: ил.. - Кн. автора: с. 1. - ISBN 978-5-459-01204-0

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Данный курс - проектно-ориентированный. Т.е. большинство тем служит для работы над одним сквозным проектом интернет-продвижения для выбранного вида деятельности, который развивается и дополняется в ходе изучения дисциплины. В конце обучения по дисциплине студенты представляют проекты преподавателю на проверку и защищают их.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения:

Программа Microsoft Word
Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем:

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

Перечень информационных справочных систем

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 » 03 2021 г.



«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурьжова
« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Интернет-предпринимательство»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Задачи.....	27
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	28
6.3.4. Решение кейсов	31
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	42
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	45
7.1. Основная учебная литература	45
7.2. Дополнительная учебная литература	45
7.3. Нормативные документы	46
7.4. Для самостоятельной работы	46
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	46
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	46

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	47
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	47

Наименование дисциплины (модуля) : «Интернет-предпринимательство»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотношенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Интернет-предпринимательство» является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой

В результате освоения ООП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: основные задачи интернет-предпринимательской деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач интернет-предпринимательской деятельности		
Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-предпринимательской деятельности, и их интеллектуального анализа		

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Интернет-предпринимательство» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.07.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг»

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5	Цифровая организация бизнеса	Интернет-предпринимательство	Государственная итоговая аттестация
			Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 8 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	203,75
Часов, всего	288
Зачетных единиц, всего	8

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Конт. актная работа	Самостоятельная работа		Конт. актная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта	71,25	8	25	8	25	5	0,05	0,20
Тема 2. Цифровые каналы продвижения	71,25	8	25	8	25	5	0,05	0,20
Тема 3. Социальные сми	71,20	8	25	8	25	5	0,05	0,15
Тема 4. Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта	74,3	8	26,5	8	26,5	5	0,1	0,2
Итого	288	32	101,5	32	101,5	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		20	0,25	
Самостоятельная работа	103,75		101,5		101,5			0,75
Промежуточная аттестация		зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№	Наименование темы	Содержание темы
1	Тема 1. Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта	Понятие сайта. Корпоративный сайт. Прово сайт. Этапы создания сайта. Программные средства создания Web-страниц, SEO-оптимизация
2	Тема 2. Цифровые каналы	Понятие контекстной рекламы. Принципы

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	продвижения	контекстной рекламы. Планирование рекламной кампании. Виды околотематических запросов.
3	Тема 3. Социальные сми	Современные тенденции. Неформат и самопубликаторы. Специфика PR в Интернете. Индекс цитируемости. Почтовые рассылки и пресс-релизы. Статьи, анонсы и пресс-конференции
4	Тема 4. Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта	Цели. Оценка Эффективности рекламной политики. Оценка эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности рекламных площадок. Оценка эффективности отдельных элементов рекламы. Критерии эффективности

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема1. Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта	Создание сайта для проекта с помощью конструктора сайтов. Оптимизация сайта по ключевым словам
2	Тема 2. Цифровые каналы продвижения	Разработка контекстной рекламной кампании для проекта
3	Тема 3. Социальные сми	Создание страницы проекта в социальной сети по выбору
4	Тема 4. Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта	Представление плана оценки эффективности интернет продвижения для проекта

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема1. Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта	Разработка концепции сайта, выделение ключевых слов
2	Тема 2. Цифровые каналы продвижения	Анализ возможностей контекстной рекламы
3	Тема 3. Социальные сми	Анализ
4	Тема 4. Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта	Сравнительный анализ Google-аналитики и Яндекс-метрики

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Создание и развитие интернет-предпринимательского проекта	ОПК-5	решение задач	тестирование	письменно устно
Тема 2. Цифровые каналы продвижения	ОПК-5	решение задач	тестирование	письменно устно
Тема 3. Социальные сми	ОПК-5	решение кейса	тестирование	письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
				устно
Тема 4. Анализ эффективности интернет-предпринимательского проекта	ОПК-5	реферат	тестирование	письменно устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать: основные задачи интернет-предпринимательской деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач интернет-предпринимательской деятельности	1,2,3,4
2	Владеть: методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-предпринимательской деятельности, и их интеллектуального анализа	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня

самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность использовать при решении задач интернет-предпринимательской деятельности современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Знать: основные задачи интернет-предпринимательской деятельности, информационные технологии и программные средства, применяемые в ней	Уметь использовать современные информационные технологии и программные средства при решении задач интернет-предпринимательской деятельности	Владеть методами управления крупными массивами данных, применяемыми в интернет-предпринимательской деятельности, и их интеллектуального анализа	Решение задач, решение кейса, тестирование, реферат

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» (зачтено)	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий
------------------------------	--------------------------------------	--	--

или отсутствие сформированности компетенции	или низкой уровень освоения компетенции	уровень освоения компетенции	уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50%</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

компетенций.			
--------------	--	--	--

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
Single Selection	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.	pmt, bmp gif, jpg pdf, wmf doc, docx	2	1	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.
Multiple Selection	Web-страницу можно создать с помощью	любого текстового редактора, воспринимающего ASCII специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad; только с помощью редактора Блокнот Web-мастера графического редактора PowerPoint	редактора, ASCII MS Front Page редактора	2	Web-страницу можно создать с помощью

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
ShortAnswer	Управляющая последовательность символов, заключенных между знаками "<" и ">"		тэг	2	Управляющая последовательность символов, заключенных между знаками "<" и ">"
MultipleSelection	Преимуществами и формата jpg являются	возможность удаления из файла избыточной и малозначительной информации			Преимуществами формата jpg являются
		использование 16 миллионов цветов			
		поддержка режима анимации кадров			
SingleSelection	Что такое SEO?	Мобильное приложение			Что такое Seo?
		Социальная сеть			
		Поисковая оптимизация			
		То же, что и SMM			
Comparison	Сопоставьте по порядку этапы продвижения сайтов	1	Создание Технического задания на разработку веб-сайта.	3	Сопоставьте по порядку этапы продвижения сайтов
		2	Верстка сайта.	4-2;	
		3	Определение целей веб-сайта и его позиционирование	5-1;	
		4	Создание дизайн-макета веб-сайта.	7-8;	
		5	Программирование сайта.	8-6	
		6	Тестирование сайта		
		7	Наполнение сайта информацией.		
		8	Расположение сайта в сети Интернет.		
MultipleSelection	Что включает в себя подготовка технического задания при создании сайта?	Структуру сайта	1,3	2	Что включает в себя подготовка технического задания при создании сайта?
		Источники для создания сайта			
		Формирование контента сайта			
		Языки программирования			
ShortAnswer	Специальные тэги языка HTML, предназначенные для того,		Мета-теги	2	Специальные тэги языка HTML, предназначенные для того, что бы указывать на

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
	что бы указывать на тематику той или иной веб-страницы - это				тематику той или иной веб-страницы - это
MultipleSelection	Основные направления SEO?	Мобильные приложения	2,3,4	1	Основные направления SEO?
		Мобильные устройства			
		Контент			
		Интерактивное телевидение			
MultipleSelection	Какие бывают виды поисковой оптимизации?	Красная	2,3,5	2	Какие бывают виды поисковой оптимизации?
		Белая			
		Серая			
		Красная			
		Черная			
SingleSelection	Сколько существует этапов при создании Web-сайта?	7	3	1	Сколько существует этапов при создании Web-сайта?
		3			
		5			
		4			
ShortAnswer	Расшифруйте HTML		Hyper Text Markup Language	2	Расшифруйте HTML

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

MultipleSelection	Преимущества рекламы в Интернет	возможность интерактивного контакта	2,4	2	Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет.
		избирательность			
		небольшое число пользователей в странах СНГ			

		относительно низкие затраты			
SingleSelection	Гиперссылка - это	URL - адрес	4	1	Гиперссылка - это
		адрес файла в Сети Интернет			
		фрагмент текста, выделенный другим цветом			
		фрагмент текста или графическое изображение, указывающие на какой-либо ресурс в сети или страницу внутри сайта			
ShortAnswer	Кто (организационно-правовая форма) является самой многочисленной группой пользователей контекстной рекламы?		индивидуальные предприниматели	2	Кто является самой многочисленной группой пользователей контекстной рекламы?
SingleSelection	В каком году стала появляться информация о контекстной рекламе?	1995	4	1	В каком году стала появляться информация о контекстной рекламе?
		2005			
		2000			
		1996			
SingleSelection	Кто занимает первое место среди систем управления контекстными рекламами?	Google AdWords	3	1	Кто занимает первое место среди систем управления контекстными рекламами?
		Begun			
		Yandex.Direct			
		Rorer			

Тема 3.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
MultipleSelection	Отдельный раздел технического задания – администрирование включает в себя:	<ul style="list-style-type: none"> - организация административной части сайта - процедуры оформления заказа - принципы классификации и сортировки - учет заказов - принципы поиска по сайту 	1,4	1	Отдельный раздел технического задания – администрирование включает в себя:
MultipleSelection	Какими критериями должны обладать порталы, на которых должен создаваться информационный шум при выходе нового товара на рынок	<ul style="list-style-type: none"> - низкая посещаемость - высокая посещаемость - активность и динамичность форумов - соответствие целевой аудитории - без рекламных баннеров 	2,3,4	1	Какими критериями должны обладать порталы, на которых должен создаваться информационный шум при выходе нового товара на рынок
SingleSelection	PR это - это...	<ul style="list-style-type: none"> - процесс получения дохода в денежном эквиваленте при помощи собственного интернет-ресурса. - это функция менеджмента, обеспечивающая установление и поддержание эффективных коммуникаций 	2	1	PR это - это...

		<p>между организацией и ее общественностью.</p> <p>- связь между управляемыми и управляющими для передачи осведомительной (или контролируемой) информации от управляемого к управляющему</p> <p>- это то же самое, что и реклама</p>							
SingleSelection	SEO - это...	<p>- оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.</p> <p>- процесс получения дохода в денежном эквиваленте при помощи собственного интернет-ресурса.</p> <p>- это функция менеджмента, обеспечивающая установление и поддержку эффективных коммуникаций между организацией и ее общественностью.</p> <p>Высшее должностное лицо корпорации</p>	1	1	SEO - это...				
Comparison	Соотнесите понятия с их значениями.	<table border="1"> <tr> <td>SMM</td> <td>оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.</td> </tr> <tr> <td>SMO</td> <td>способ привлечения аудитории сайт</td> </tr> </table>	SMM	оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.	SMO	способ привлечения аудитории сайт	1-2, 2-3, 3-1	1	Соотнесите понятия с их значениями.
SMM	оптимизация сайта для дальнейшего продвижения сайта в рейтинге поисковых систем.								
SMO	способ привлечения аудитории сайт								

			посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообществ.		
		SEO	Социальная медиа оптимизация		
MultipleSelection	Поисковая система индексирует web-страницы:	<ul style="list-style-type: none"> - после введения пользователем слов в запросе - во время регистрации web-страницы разработчиком - во время создания web-страницы разработчиком - во время просмотра страницы программой-роботом 	1	1	Поисковая система индексирует web-страницы
Shortanswer	Неотфильтрованный поток информации, в котором полезность полученных данных уменьшается прямо пропорционально количеству этих данных это - ...		Информационный шум	1	Неотфильтрованный поток информации, в котором полезность полученных данных уменьшается прямо пропорционально количеству этих данных это - ...
SingleSelection	Рекомендуемая доля прямого рекламного текста от общего объема материала при организации почтовой рассылки составляет не более:	<ul style="list-style-type: none"> - 5 % - 10-15 % - 20-25 % - 30-35 % - 50 % 	2	1	Рекомендуемая доля прямого рекламного текста от общего объема материала при организации почтовой рассылки составляет не более:

Shortanswer	Метка, которая характеризует определенный материал (страницу или конкретный абзац в рамках большой публикации) – это ...		Tag	1	Метка, которая характеризует определенный материал (страницу или конкретный абзац в рамках большой публикации) – это ...
SingleSelection	Для публикации в Интернете веб-сайт необходимо разместить на:	<ul style="list-style-type: none"> - локальном компьютере - сервере провайдера хостинга; - почтовом сервере - сервере рекламного агентства 	2	1	Что из перечисленного относится к факторам внешнего влияния на поведения потребителя ?
SingleSelection	Наиболее распространенная в мире форма оплаты онлайн-новых сделок:	<ul style="list-style-type: none"> - почтовые переводы - использование банковских карт. - наложенным платежом 	2	1	Наиболее распространенная в мире форма оплаты онлайн-новых сделок:
SingleSelection	Релевантность поиска — это:	<ul style="list-style-type: none"> - степень соответствия обнаруженных ссылок запросу; - количество найденных ссылок; - сортировка ссылок по дате создания документов; - сортировка ссылок по алфавиту. 	1	1	Релевантность поиска — это:
Shortanswer	Степень соответствия		Релевант	1	Степень соответствия

	обнаруженных по-исковой системой ссылок исходному пользовательскому запросу – это... поиска		ность		я обнаруженных по-исковой системой ссылок исходному пользовательскому запросу – это...
SingleSelection	Web-сайт — это:	<ul style="list-style-type: none"> - комплекс связанных по смыслу документов и иллюстраций; - ресурс, представляющий информацию о частном лице; - текстовое и графическое содержимое сервера; - программа, установленная на компьютере, подключенном к Интернету. 	1	1	Web-сайт — это:
Shortanswer	Нацеливание рекламного сообщения на ту аудиторию, которая способна положительно воспринять содержание рекламного сообщения и планомерно отреагировать на него (нажать на объявление, заполнить форму и т. п.). – это ...		Таргетинг	1	Нацеливание рекламного сообщения на ту аудиторию, которая способна положительно воспринять содержание рекламного сообщения и планомерно отреагировать на него (нажать на объявление, заполнить форму и т. п.). – это ...

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание						
SingleSelection	Постклик-анализ – это...	<ul style="list-style-type: none"> - это доступ с мобильного телефона к информации о текущих остатках на ваших банковских счетах, а также к справочной банковской информации - это исследование поведения пользователя на сайте. - это когда ты наводишь указатель мышки, например, на ссылку, и щёлкаешь на левую кнопку - это то, что происходит после нажатия мышки 	2	1	Постклик-анализ – это ...						
Comparison	Соотнесите по порядку с чего начинается деятельность по продвижению рекламы в интернете.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Шаг 1</td> <td style="width: 50%;">Анализ своих интернет-покупателей</td> </tr> <tr> <td>Шаг 2</td> <td>выбор рекламируемых товаров/услуг</td> </tr> <tr> <td>Шаг 3</td> <td>Анализ собственного сайта</td> </tr> </table>	Шаг 1	Анализ своих интернет-покупателей	Шаг 2	выбор рекламируемых товаров/услуг	Шаг 3	Анализ собственного сайта	1, 2, 3, 1	1	Соотнесите по порядку с чего начинается деятельность по продвижению рекламы в
Шаг 1	Анализ своих интернет-покупателей										
Шаг 2	выбор рекламируемых товаров/услуг										
Шаг 3	Анализ собственного сайта										

					интернете.		
SingleSelection	Переходы пользователей на сайт (трафик) – это...	<ul style="list-style-type: none"> - показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов - количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче - количественный показатель эффективности рекламного специалиста - это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа 	3	1	Переходы пользователей на сайт (трафик) – это ...		
SingleSelection	На эффективность рекламы в Интернете в большей мере влияют:	<ul style="list-style-type: none"> - аудиоэффекты - визуальные эффекты - содержательность текста - объем текста 	3	1	На эффективность рекламы в Интернете в большей мере влияют.		
Comparison	Соотнесите понятия с их значениями.	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Глубина просмотра сайта</td> <td style="width: 50%;">показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу</td> </tr> </table>	Глубина просмотра сайта	показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу	1-2, 2-3, 3-1	1	Соотнесите понятия с
Глубина просмотра сайта	показатель говорит о релевантности страницы текущему интересу						

			пользователя; чем меньше пользователей покидает страницу сразу после ее загрузки, тем выше релевантность		их значениями.	
		Длительность просмотра страницы	показатель говорит о том, насколько посетителя вообще заинтересовал наш сайт; чем больше страниц посетитель увидел, тем лучше			
		Отказы	показатель говорит о вовлеченности посетителя; чем дольше, тем выше вероятность, что посетители читают материалы			
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламной политики?		<ul style="list-style-type: none"> - помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу - определяет целесообразность вложения рекламную кампанию - помогает определить оценку эффективности отдельных рекламных площадок, задействованных в рекламной кампании - дает представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче 	1	1	Что определяет оценку эффективности рекламной политики?

Comparison	Соотнесите стадии взаимодействия пользователя с рекламой.	Осведомленность	реакция посетителя	1-2,2-3,3-1,4-5,5-4	1	Соотнесите стадии взаимодействия пользователя с рекламой.
		Привлечение	пользователь осведомлен о пользователе			
		Контакт	осведомлен о пользователе реакция			
		Действие	участие в покупке повторное участие			
		Повторение	посетитель - участие в покупке			
SingleSelection	Позиции сайта по определенному запросу в выдаче поисковой системы— это...	- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа	2	1	Позиции сайта по определенному запросу в выдаче поисковой системы— это ...	
		- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче				
		- это количественный показатель эффективности рекламного специалиста				
		- показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов				
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламной кампании?	- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу	2	1	Что определяет оценка эффективности	
		- определяет целесообразность вложений в рекламную кампанию				

		<p>- помогает определить оценка эффективности отдельных рекламных площадок, задействованных в рекламной кампании</p> <p>- показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов</p>			ост и рекламной кампании?
SingleSelection	Видимость сайта по набору запросов-это...	<p>- это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов</p> <p>- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p> <p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p>	1	1	Видимость сайта по набору запросов-это...
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности рекламных площадок?	<p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p> <p>- определяет целесообразность вложения рекламную кампанию</p> <p>- помогает определить оценка эффективности отдельных рекламных платформ, задействованных в рекламной кампании</p> <p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p>	3	1	Что определяет оценка эффективности рекламных площадок?
SingleSelection	CPC – cost per click – это...	- это количественный показатель эффективности рекламного специалиста	2	1	CP – cost

		<p>- это средняя стоимость одного перехода на сайт из разных медиа</p> <p>- это количественный показатель, дающий представление о качестве размещения ваших объявлений в органичной выдаче</p> <p>- это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов</p>			per click – это ...
SingleSelection	Что определяет оценка эффективности отдельных элементов рекламы	<p>- помогает определить правильность выбранного курса рекламной политики, а также целесообразность производимых затрат на интернет-рекламу</p> <p>- дает представление об эффективности различных форм представления рекламной информации в Интернете</p> <p>- помогает определить оценка эффективности отдельных рекламных платформ, задействованных в рекламной кампании</p> <p>- это показатель, который отражает ваш успех в органичной выдаче сравнительно с успехом конкурентов</p>	2	1	Ключевое отличие смартфона от телефона – это.
MultipleSelection	К коммуникативным показателям эффективности интернет-рекламы относятся:	<p>- Число показов</p> <p>- Число действий</p> <p>- Число кликов</p> <p>- Число клиентов</p> <p>- Число посещений</p> <p>- Число заказов</p>	1,3,5	1	Коммуникативным показателем эффективности и инт

					ернет-рекламы относятся:						
MultipleSelection	К экономическим показателям эффективности интернет-рекламы относятся:	<table border="1"> <tr><td>- Число новых пользователей</td></tr> <tr><td>- Стоимость размещения рекламы</td></tr> <tr><td>- Число просмотров страниц</td></tr> <tr><td>- Частота заказа</td></tr> <tr><td>- Глубина просмотра</td></tr> <tr><td>- Средняя сумма покупки</td></tr> </table>	- Число новых пользователей	- Стоимость размещения рекламы	- Число просмотров страниц	- Частота заказа	- Глубина просмотра	- Средняя сумма покупки	2,4,6	1	К экономическим показателям эффективности интернет-рекламы относятся:
- Число новых пользователей											
- Стоимость размещения рекламы											
- Число просмотров страниц											
- Частота заказа											
- Глубина просмотра											
- Средняя сумма покупки											

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Задание 1: Выбрать тему группового интернет-предпринимательского проекта по дисциплине

Задание 2: Разработать сайт для группового проекта с помощью конструктора сайтов

Задание 3: Провести оптимизацию сайта группового проекта по ключевым словам

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Задание 1: Разработать план контекстной рекламной кампании в «Яндекс Директ» или «Гугл Эдвордс».

Задание 2: Сделать расчет затрат и дополнительной прибыли в связи с контекстной рекламной кампанией.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена.
Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре

большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 4.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Темы рефератов

Тема 1. Наиболее успешные программы лояльности

Тема 2. CRM-концепция и интернет-маркетинг

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отв	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отв
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отв	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отв
	представляемой информации	представляемой информации	представляемой информации	представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопро	Ответы на вопросы полные и/или части полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценк				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;

Критерии	Показатели
	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 3.

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Пример кейса.

Кейс: Проект обновления Пепси : Жажда изменений

Источник: Harvard Business School 9-512-018 REV: NOVEMBER 14, 2011

В 2009 Пепси объявила, что не будет управлять рекламой своих фирменных брендов во время Супер Боул 2010 года. Вместо этого компания отклонила 20 млн. долларов - свой типичный бюджет для Супер Боул – чтобы поддерживать гранты на благотворительные маркетинговые программы. “ Проект Обновления Пепси” позволил людям представить идеи для грантов, чтобы "обновить" их сообщества. Гранты были вручены идеям, набравшим наиболее количество голосов.

Потребительская реакция на программу была огромна. Больше голосов было отдано за проекты Освежительного напитка Pepsi, чем в предыдущие американские президентские выборы. В то же время, продажи пепси резко падали в США – вниз на 5% в 2010 – и PepsiCo теряла долю на рынке ее конкуренту, Coca-Cola. В первые за 20 лет Пепси Кола сдала свой титул второго пользующегося спросом газированного напитка после Кока-Колы, скользя к трети, позади диетической Кока-Колы. Цена акций ПепсиКо также снизилась на 5% в 2010.

Ирээбэл с ее фирменной командой села, чтобы запланировать их стратегию на 2011. Вырисовывались два вопроса. Должна ли Пепси продолжать вкладывать капитал в “ Проект Обновления Пепси”? Если да, то как команда должна выстроить свою

маркетинговую стратегию, чтобы использовать успех проекта для стимулирования продажи Пепси?

История Пепси

Фирма Пепси принадлежала и управлялась ПепсиКо, глобальной компанией потребительских товаров, которая управляла разнообразным портфелем закусок, напитков и продовольственных брендов – включая Fritos, Doritos, Lay's, Gatorade, Tropicana, Sobe Waters, Aquafina, 7-Up, Mountain Dew, Quaker Oats, Cap'n Crunch, Rice-a-Roni, and Aunt Jemima. В 2010 Пепси была одним из самых ценных брендов в мире. Ценность бренда была оценена в более чем \$14 миллиардов, и это заняло 23-ое место на Межфирменном ранжировании лучших мировых брендов.

Бренд Пепси возник в 1898 как смешанный от руки газированный напиток, созданный восхитить толпу в аптеке Северной Каролины Калеба Брэдхэма. Оригинальный напиток Пепси Кола был присоединен с диетической Pepsi, низкокалорийному напитку, произведенному в 1964, и Pepsi-Max, напитку без сахара с удвоенной суммой кофеина, произведенного в 2007, чтобы сформировать Фирменную семью Pepsi.

ПОКОЛЕНИЕ PEPSI

В свои ранние дни Пепси-Кола продавалась как оздоровительный напиток. Во время Великой Депрессии она захватила внимание потребителей предложением двенадцати унций соды за никель. Во время Второй мировой войны Пепси изменила свою упаковку на красный, белый и синий цвет, подчеркивая патриотические темы в своей рекламе.

В 1950-х Пепси позиционировалась как напиток для молодежи и для людей молодых в глубине души, призывая быть общительным и энергичным, не стесняться и не бояться изменений. В 1985, Пепси стала “Выбором Нового поколения”, с рекламой, показывающей поп-звезду Майкла Джексона, который поставил Пепси на ведущем крае массовой культуры. В 1997 Пепси запустила свою “GeneratioNext” кампанию. Пепси продолжала вовлекать самых влиятельных музыкантов и спортсменов в своих рекламах. Говард Палчин, исполнительный директор службы связей с общественностью Пепси, говорит: “Пепси всегда была связана с изменениями культуры, пробуя различные, новые вещи. Пепси объединяет людей и идеи. Когда люди вместе, Пепси там”.

Фрэнк Купер, Главный Чиновник Обязательства, Напитки ПепсиКо, объяснил устойчивое обращение этого образа жизни, позиционируя:

В 1960-ых мы создали успешную рекламную кампанию с лозунгом “Для тех, кто думает по-молодежному”. Эта идея превратилась в б “Поколение Пепси”. Родившиеся во время демографического взрыва, которые достигали совершеннолетия, были взволнованы, заняты, и восторженны – и начали движение, которое преобразовало нашу культуру. В 80-х и 90-х Поколение XX-ых испытало преобразование с пишущей машинки на компьютер, письма в электронную почту, изолированные культуры к глобальной инфраструктуре. Сегодняшнее Поколение двухтысячных, наиболее глобально связанная группа в истории, воплощает и принимает изменение.

Войны Колы

В 1970-х возрастающие продажи Пепси начали бросать вызов лидеру рынка, Кока-Коле – и “войны колы” начались. В 2010 ценность бренда Кока-Колы была оценена в более чем \$70 миллиардов, и это превысило список лучших мировых брендов по оценке Interbrand.

Оценка Interbrand Кока-Колы основывалась на том, что “его фирменное обещание веселья, свободы, духа и отдыха резонирует во всем мире и выделяется поддержанием развития и свежести бренда, а также поддерживает ностальгию, которая укрепляет глубокую связь клиентов с брендом”. В 1975 фирменная команда Пепси нашла способ дифференцировать Пепси от Кока-Колы, преобразовав следствия слепых тестов вкуса, показывая, что люди предпочли вкус Пепси к Кока-коле, в отмеченную наградой рекламную кампанию.

Это возбудило продажи Пепси, катапультируя в первое место среди безалкогольных напитков в американских супермаркетах. В ответ Кока-Кола создала более сладкую версию своего напитка, которая появилась на полках в 1985. “Новая Кока-Кола” обошла и Пепси и Кока-Колу в слепых тестах вкуса. Однако потребители Кока-Колы восстали против Новой Кока-Колы, демонстрируя ностальгическое и культовое обращение бренда Кока-Кола. В ответ Кока-Кола быстро ввела классическую Кока-Колу. В 2010 году Кока-Кола лидировала на рынке газированных напитков.

ПепсиКо в 21 веке

С приходом нового века ПепсиКо столкнулся со значительными трудностями. Первым было уменьшение потребления соды в Соединенных Штатах. В 2009 средний американец потреблял 46 галлонов газированных напитков, эквивалент 736 порций на восемь унций – больше чем двух порций в день – но и это было значительно ниже, чем в 1998, когда американцы потребляли 864 порции.

Достигнув максимума в 2004, объем продаж уменьшался в течении шести лет, так как пьющие колы переключились на соки, чай со льдом и на воду, но несмотря на это в 2009 потребители все еще купили колу два раза больше, чем воды в бутылках, и больше, чем молоко и пиво вместе взятых. Аналитики ожидали, что объем ежегодно уменьшится с 1.5% на 3% в течении следующих десяти лет.

Вторая проблема заключалась в том, что к 2010, два треть американских взрослых и одна треть американских детей и подростков страдали ожирением и большим весом. Первой леди Мишель Обамой была начата инициатива анти ожирения, которая требовала изготовителям содовых напитков вставить сведения о калорийности напитка на переднюю часть бутылки.

Группы лоббировали законодателей спонсировать налоги содовой, чтобы уменьшить потребление и платить за медицинские затраты ожирения. Компании как PepsiCo, Coca-Cola и McDonald's часто были представлены как примеры корпораций с проблемами

ожирения. Джон Лейбовиц, председатель федеральной Торговой Комиссии, заявил, что его агентство начнет “позорить компании, которые не делают достаточно”.

В ответ “Американская Ассоциация Напитка” обязалась уменьшать калории напитка на рынке, с их членскими компаниями, предлагающими более низкокалорийные напитки. ПепсиКо и Кока-Кола прекратили продавать подслащенные напитки с большой калорийностью в американских школах в 2006. Генеральный директор ПепсиКо, Индра Нуйи продемонстрировал новое видение компании – Работа с Целью. Люди ПепсиКо объединены нашей уникальной приверженностью стабильному росту, названному Работа с Целью. Посвящая нас предложению широкого спектра выбора для здорового, удобного, и забавного питания, уменьшая наше воздействие на окружающую среду, и способствуя разнообразной рабочей культуре, ПепсиКо уравнивает сильную финансовую прибыль, предоставляя ее нашим сообществам во всем мире.

Компания начала увеличивать свой ассортимент продукции с полезными продуктами и напитками с новым подходом к сегментации его производственной линии: продукты fun-for-you, такие как Pepsi, Doritos и Mountain Dew; продукты better-for-you, такие как Baked Lays и Propel water с уровнями жира, натрия и сахара с диетическими рекомендациями потребления; и продукты good-for-you, такие как Gatorade, Quaker oatmeal, и соки Naked, которые включали целое зерно, фрукты, овощи и питательные вещества. Цель ПепсиКо состояла в том, чтобы утроить число продуктов good-for-you к 2020.

Поскольку компания сосредоточилась на создании более здоровых продуктов, критики утверждали, что высшее руководство ПепсиКо теряло свое внимание на содовую и на закусок, которые были их основной продукцией – и что курс акций страдал в результате. Аналитик Сэнфорда Бернстайна, Али Дибэддж, заявил, что “они должны понять, что их ядро - это сладкая, жирная компания колы, которую люди любят. Здоровье и благополучие - хороший фокус, но вы не можете быть особенно сфокусированы на нем.

Кампания “Refresh Everything” (“Обнови Все”)

Так как Ирээбэл, Бондарь и их рекламное агентство, TBWA\Chiat\Day искали идею, чтобы закрепить рекламную кампанию Пепси 2009 года, они наблюдали несколько важных культурных изменений в США. Потребительский опрос Пепси в декабре 2008, однако, показал, что американцы были полны надежд о будущем; это было особенно верно для потребителей нового поколения (17-27 лет), 80% которого выразили надежду о своем будущем.

В ответ Пепси начала новую кампанию – “Обнови”-с подзаголовком “Каждое поколение обновляет мир” у которого было три функций: Wordplay, направленная в основном на нового поколения; Bottle Pass, предназначенный, главным образом, для родившихся во время демографического взрыва; и Refresh Anthem для Супер Боул. Все выполнения “сообщили” оптимизм, надежду, радость и любовь; запуск кампании совпала с кануном Нового 2009 года и Пепси намазал Таймс-Сквер в Нью-Йорке, место, где организовалось самое большое мероприятие в стране, с рекламами. Кампания бросила вызов потребителям освежить и возобновлять свой мир.

Реклама “Refresh Anthem”, была создана для Супер Боул 2009 года, показав Боба Дилана и will.i.am, солиста с Black Eyed Peas, под песню Дилана, “Forever Young”. В рекламе говорилось фраза, “Каждое Поколение Обновляет Мир”, и сочетались сцены с 1960-х и 2000-х. Видеоролик сосредоточился на общих чертах между Родившимся во время демографического взрыва и Новым Поколением над темами счастья, изменений и молодости. Джереми Саймон, главный бухгалтер объяснил:

Это пришло из понимания двух бизнес-задач, стоящих перед Пепси. Наши основные потребители, Родившиеся во время демографического взрыва, оставляли категорию содовой и не заменялись Новым поколением. Наша проблема состояла в том, чтобы найти решение обеих проблем, а значит держать Родившихся во время демографического взрыва и привлечь Нового поколения. К нам пришло понимание, что у этих двух поколений есть много общих ценностей, они - оптимистические поколения, которые верят, что могут изменить мир.

Проект Обновления Пепси

С переходом кампании “Обнови Все” на второй год, настроение страны снова изменилось. Саймон объяснил: “2010 стал годом действия, а не слов”. “Освежи Все” было бы оценено на действиях бренда, а не на словах в нашей рекламе. Мы знали, что должны были сделать что-то действительно большое и материальное, физическое проявление нашей фирменной платформы”.

“Проект Обновления Пепси” был маркетинговой программой, приспособленной, чтобы требовать и вознаградить идеи своих потребителей за регенерацию их сообществ: Пепси позволила бы потребителям предписать изменение, финансируя их идеи. На 2010 \$20 миллионов – первоначально предназначенные для других маркетинговых действий, включая рекламу Супер Боул – должны были финансировать лучшие идеи, представленные потребителями.

Гранты в пределах от 5,000\$ к 250,000\$ поддержали бы идеи в шести категориях, таких как “Образование” и “Планета”. Центр программы был их веб-сайт – www.refresheverything.com – куда потребители представили идеи, познакомились предложенными идеями и отдавали их голоса. Каждый месяц поступило порядка 1000 идей. Потребители были поощрены возвращаться часто, чтобы голосовать; каждый человек мог голосовать за десять идей в день во время тридцатидневного избирательного периода. Проект извлёк выгоду из нескольких сходящихся тенденций. Во-первых, исследования показали, что социальный капитал брендов был важен для Нового Поколения: 69% утверждали, что они рассмотрели социальное и экологическое обязательство компании, делая покупку, и 89% сказали, что переключатся на бренд, который связан с хорошим делом. Во-вторых, Новое Поколение полагало, что они были и обязаны, и уполномочены сделать мир лучшим местом: 92% полагали, что мир должен был быть изменен, и 83% полагали, что у их поколения была обязанность изменить мир. В-третьих, Поколение двухтысячных полагало, что технология и определенно социальные медиа, соединяющие людей, были силой для изменения.

Фирменная команда заключила в капсулу эти тенденции с тэглайном “Каждое поколение, освежает мир. Теперь ваш черед”. Материалы запуска пригласили потребителей участвовать:

Представьте, если у всех групп общества в США была всего одна идея сделать мир лучше. Теперь представьте, что у них есть средства воплощать их в реальность. Проект Пепси предлагает платформу для изменения, уполномочивая американцам оказывать благотворное влияние на их сообщества... Проект Пепси-это проект о силе людей и их идей.

Сеть партнеров Пепси

Объем и масштаб проекта были непохожи на что-либо, что Пепси делала прежде. Фирменная команда включила в список кадров партнерских агентств, чтобы помочь запланировать и выполнить проект. Кроме того, все внутренние фирменные ресурсы Пепси – и финансовый и персонал – были отклонены из других маркетинговых программ. Ирээзбэл смеялась, вспоминая поддержку, которую она получила:

У нас есть приблизительно 125 человек, работающих над проектом. Если Вы спросите кого-либо из них, они все чувствуют, что владеют проектом. Есть огромное чувство гордости. Люди, которые работают над другими брендами здесь в ПепсиКо, спрашивают, ‘могу я чем -нибудь помочь?’ У нас есть группа сотрудников, которые являются Поколением двухтысячных, которое помогает нам модерировать идеи каждый месяц, просто потому что они хотят быть частью ее, а не потому что это - часть их работы.

“GOOD” ,интегрированная компания СМИ для “людей, компаний и НПО, которые движут миром”, играла главную роль партнерства. ПепсиКо предположила компанию “GOOD” как своего гида и инструмента для реализации идей. “У них было понимание, как вещи действительно работают – не просто предоставление организации и надежда, что они достигли бы чего-то, но принимающий участие непосредственно, чтобы помочь выполнить идею”, сказал Купер. Участие кампании “GOOD” предоставило законность ПепсиКо, как Ирээзбэл объяснил: “Мы говорили с некоммерческими предпринимателями, чтобы понять, будет ли это работать. Как мы будем делать это подлинным?”

“GOOD” играла несколько ролей. Они приняли на работу и управляли командой Послов – появляющихся лидеров, активистов, защитников района, и некоммерческих основателей –тех, кто работал, чтобы увеличить участие некоммерческого сообщества, развивать и курировать новаторские идеи в их экспертных областях. “GOOD”работал с персоналом Пепси, чтобы исследовать представленные идеи и гарантировать, что они придерживались духа и закона программы прежде, чем быть открытым для голосования. Процесс проверки

идей был разработан, чтобы гарантировать, что Пепси не финансировала идеи, которые могли повредить репутацию бренда.

В дополнение к этим внешним партнерам ПепсиКо полагался на своих сотрудников, чтобы повысить азарт. Фирменная команда создала специальный конкурс среди групп сотрудников ПепсиКо, таких как Women's Initiative Network и Adelante, Pepsi Latino/Hispanic Inclusion Group. Каждую группу попросили представить идею для гранта в размере 10,000\$, а сотрудников - проголосовать за своих фаворитов.

Внутреннее исследование продемонстрировало воздействие программы на сотрудников: 97% сказали что проект укрепил их гордость за кампанию ПепсиКо, 83% запланировали голосовать за идею, и 25% запланировали представить идею. Кристин Хинк, Старший менеджер коммуникаций Pepsi Beverages Company, суммировал ответ сотрудника:

Фирменное решение команды нанять сотрудников было уникальным и значительным. Этот подход помог сотрудникам всей компании становится активными, образованными и увлеченными послами. У нас были сотрудники, пишущие "за мои 30 лет работы в ПепсиКо, я ни разу не был более гордым!".

Программа вовлечения производителей разливочных машин

Пепси также привлекала своих партнеров-производителей разливочных машин. ПепсиКо распространяла свой напиток через сеть независимых компаний, обладавших франшизными правами на продажу продукции Pepsi на определенной территории. С тех пор как разливочные машины стали главной фишкой магазинов, команда Пепси поняла, что поддержка производителей этих машин была ключом к успеху программы.

Проект был озвучен на национальном собрании производителей разливочных машин, организовывались вебинары, целью которых было ознакомление производителей с материально-техническими деталями программы. Специальный конкурс грантов стимулировал идею подчинения производителей разливочных машин. Ввиду того, что производители будут руководить отношениями и событиями, происходящими вокруг победителей грантов, команда Pepsi создала специальный комплект победителя (с баннерами и чеками) и настояла на том, чтобы производители использовали эти специальные комплекты вместе с местными новостными организациями.

Некоторые производители были настроены скептически по поводу способности программы стимулировать дополнительные продажи, другие же посчитали, что программа направлена на «полировку» изображения бренда.

Дейв Педерсон, вице президент по продажам безалкогольных напитков в Миннесоте, полагал, что проект усилил возможность увеличения узнаваемости Пепси в магазинах. Брайан Чарнески, представитель шестнадцати независимых производителей разливочных машин на северо-западе, выразил беспокойство: « Людям нравится программа, запущенная Пепси, она отличная, но не вызывает им покупать Пепси»

Запуск

Сайт, посвященный обновленной программе Пепси, начал функционировать 13 января 2010 года. Одно ключевое решение касалось того, как наилучшим образом включить бренд и продукцию Пепси в проект. Кейт Уотс с цифрового агентства Пепси, отметила, что “не было никакого прямого призыва к действию для покупки на веб-сайте. Брендингом была, очевидно, в значительной степени Пепси, но не было никакого прямого толчка продать продукт . И это было оригинальным намерением – оно, как предполагалось, подняло бренд, но не стимулировало продажи”

Эдельман и Вебер Шэндвик с службы связей с общественностью Пепси, управляли многогранной национальной и местной программой связей с общественностью. Актеры Кевин Бэкон и Деми Мур участвовали в Pepsi Refresh Celebrity Challenge , о котором объявили впервые на Today show. Страница “Обнови все” в Facebook-е, также оказал исключительную возможность смотреть “Pepsi Refresh Everything through Great Ideas” мозговой штурм, в прямом эфире из Нью-Йорка. Мозговой штурм заставил Мура, Бэкона, СМО и президента совместных предприятий для PepsiCo Americas Beverages Джилл Берод, члена консультативного совета Мэджора Картера и студентов из Нью-Йорка колледжа обсудить идеи, которые должны были положительно двигать миром. Зрители представили вопросы в режиме реального времени через Facebook и Твиттер ; содержание от мозгового штурма было доступно на Ustream, Facebook и на новом приложении для iPhone.

За первый месяц всего за 72 часа было представлено около 1000 идей. Больше чем 141,000 голосов были отданы за первые три дня голосования. На втором месяце программы потребовалось только 16 часов, чтобы представить 1000 идей. Палчин помнит момент, когда команда поняла, что программа будет иметь успех: “Мы волновались, что будет слишком мало представленных идей. Что, если никто не участвует? Что, если никто не голосует?”.

Потребители взаимодействовали с проектом через платформы СМИ. Они голосовали за на главном сайте-в Facebook, или через SMS. Мобильное приложение позволило потребителям рассматривать идеи в своей области проживания и голосовать с мобильных телефонов.

Скоро, у сайта было четыре - пять миллионов уникальных посетителей каждый месяц. К марту 2010 проект принес Пепси еще 300,000 подписчиков Facebook и 1,000 твитов в день.

Традиционные медиа программы

ПепсиКо был одним из крупнейших рекламных покупателей СМИ в США, тратя \$136 миллионов в 2009 для поддержки своих фирменных брендов. В течение августа 2010 Пепси потратила \$109 миллионов, рекламируя свой “Проект Обновления Пепси”.

Делая ставку на Супер Боул

Одно из самых главных решений, которые сопровождали проект, было выбор Пепси убежать от Супер Боул, будучи одним из его крупнейших рекламодателей за 23 года. Купер описал реакцию, “Я был удивлен эмоциональным ответом – люди сошли с ума. Они глубоко были присоединены к появлению Пепси на Супер Боул, рассматривая это как часть культурного опыта игры”.

Супер Боул был выдающейся рекламной ареной, принеся 100 миллионов зрителей, ожидающих дебют новой рекламы во время игры. Тридцать вторые места для рекламы стоят 2.5\$ к \$3 млн. и Пепси потратила \$143 миллиона на Супер Боул, рекламируя свои бренды с 1999 – 2008. Кока-Кола потратила \$30.5 миллиона во время того же самого периода. Пепси исторически использовала Супер Боул, для запуска своих новых брендов, а потребители часто оценивали объявления Супер Боул Пепси высоко, расширяя досягаемость и воздействие объявлений в следующие недели.

Ирээбэл объяснила решение, “Мы не чувствовали, что Супер Боул был правильной платформой для Проекта “Обнови”. Мы, вероятно, пожертвовали осведомленностью, но я думаю, что мы получили подлинность и доверие”. Хобарт продолжал, “Это- среда, где люди хотят видеть юмор, и этот проект не предоставлял себя этому. Однако у Пепси было длинное наследие на Супер Боул – было трудно убежать от этого воздействия, и мы слышали его от наших рабочих, разливающих напитки по бутылкам”.

Однако, Пепси была вторым самым штурмуемым брендом вокруг Супер Боул. Пепси добавил 300,000 поклонников на своей странице Facebook во время проведения Супер Боул, в то время как Кока-Кола, которая использовала в своих интересах отсутствие Пепси и управляла многократными объявлениями Супер Боул, добавила 390,000. Директор по маркетингу Кока-Кола, Кейти Бейн сказала, “Мы чувствуем, что Супер Боул - один из тех культовых моментов, который помогает Кока-Коле полировать свой бренд”.

Анализируя результаты

Ирээбэл и ее команда провели встречу, анализируя результаты проекта. Многие были положительными. К концу ноября 2010 182,931 идей были представлены людьми всех возрастов из всех пятидесяти штатов. Более чем 57 миллионов человек голосовали за идею.

До проекта Пепси отстала от Кока-Колы в поклонниках Facebook, с 225,000 к 3.5 миллионам Кока-Колы: проект принес 3 миллиона подписчиков Facebook и 53,000 подписчиков в Твиттере.

Проект выиграл приз Titanium, во время Международного Рекламного Фестиваля в Каннах - самой большой рекламной шоу в мире. Журнал "Forbes" назвал программу среди "лучших когда-либо существующих компаний социальных медиа".

Получатели гранта первого месяца отразили разнообразие финансируемых причин. В середине года, после катастрофического разлива нефти в Мексиканском заливе, Пепси добавила специальный конкурс гранта для идей, которые бы помогли Заливу. Представленные идеи включали перемещение подвергаемых опасности морских черепах и подготовку лагеря для молодых музыкантов. Пепси оценила, что в течении ноября 2010, проект положительно повлиял приблизительно на 73,000 людей непосредственно и еще на 29,000 людей косвенно.

Однако в данных были также беспокоящие тенденции. Среднее время, которое потребитель проводил на сайте "Обнови все" было низким – между тремя и четырьмя минутами. Веб-сайт функционировал хорошо как голосующий двигатель, но его содержание не держало людей вовлеченными. Сингх чувствовал, что в 2011, команда должна была "рассматривать голосование как отправную точку – как разрешение более глубоких обязательств. Что мы видим, так это то, что сегодня потребитель заходит в сайт, знакомится идеями, голосует и затем "дезертирует с корабля".

Кроме того, команда не была уверена, что программа привлекала правильных потребителей –представителей идей и избирателей. Ирээбэл отметила превосходство крупных некоммерческих организаций, которые представляли идеи и просили своим старым сторонникам голосовать.

Проект также собрал некоторую отрицательную прессу: один блоггер спросил, "Что фактически продают Пепси и Кока-Кола? Безалкогольные напитки; жидкость с большим количеством сахара и никаких витаминов. И теперь они хотят ассоциироваться со здоровьем, планетой, искусством и культурой, едой, приютом и образованием? Используя социальные медиа? Простите, но я думаю, что где-то произошло столкновение ценностей".

Наконец, прибыло большинство беспокоящихся чисел, так как продажи продолжали резко падать: объем ПепсиКо упал на 4.8%, а диетической Пепси упала на 5.2% в 2010. И Пепси и диетическая Пепси потеряли долю на рынке, в то время как Кока-Кола восполнила выгоду на 10%. Сингх заметил, "Это - пункт напряженности: что-то, что строит ценность бренда, не переводит на немедленный показатель окупаемости инвестиций. Это переводит на продажи год спустя или несколько лет спустя.

Это - большая фирменная ставка и инвестиции. Ирээбэл описала свои взгляды: "Краткосрочные давления очень сложны – все мы признаем, что было бы лучше, если бы проект стимулировал продажи. Но в конце, мы хотим преуспеть, делая хорошее. Это – то, к чему мы должны стремиться в 2011: наши программы должны быть связаны с продажами в умах потребителей".

Учитывая все данные перед ними, команда боролась с тем, как определить успех. Купер попытался сосредоточиться на длительном сроке:

Мы строим больше отношений, и у нас есть больше точек контакта с нашими потребителями. Мы также оцениваем деятельность в пределах социальных медиа, и ответ огромен. В конечном счете, позволяя людям делать хорошее через нашу платформу, будет служить нам в розничной полке. Люди, которые являются в рынок, порванный между нашими конкурентами и нами – сделают покупку в нашу пользу, потому, что мы возвращаем, увеличивая ценность жизней людей.

Вопросы к кейсу:

1. Кто такая Ами Ирээзбел, и зачем она пришла в Пепсико
2. История Бренда
3. Что такое «Поколение Пепси»?
4. Что такое «Войны колы»?
5. Как развивалась компания в 21 веке?
6. В чем суть кампании «Обнови» (Refresh)?
7. Сеть партнеров Пепси
8. Что такое GOOD?
9. Программа привлечения производителей разливочных машин
10. Продвижение в Фейсбук
11. Супер Боул и «Обнови»
12. Результаты кампании
13. Выводы

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные

Оценка	Критерии оценивания
	неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------------	--

Вопросы к зачету:

1. История развития интернета.
2. Термин «Интернет-маркетинг».
3. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга.
4. Интернет-маркетинг как предмет исследования.

5. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.
6. Основные составляющие интернет-маркетинга.
7. Основные понятия, связанные с процессом разработки веб-сайтов.
8. Основные понятия, связанные с процессом модернизации веб-сайтов.
9. Основные понятия, связанные с процессом продвижения объектов рынка в Интернете.
10. Альтернативные способы представления объекта рынка в интернете.
11. Моделирование поведения участников рынка в Интернете.
12. Методы экспертных оценок в Интернете.
13. Ориентация на достижение целей в интернет-маркетинге.
14. Основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
15. История появления, сущность и развитие независимой зоны поисковых систем.
16. Ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.
17. Особенности интернет-продвижения в независимой зоне основных поисковых систем.
18. Основные понятия, связанные с социальными медиасервисами в Интернете.
19. Ключевые социальные сети в РФ и за рубежом.
20. Блоги и блогосфера.
21. Особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах.
22. SMM и SMO.
23. Игры в социальных сетях.
30. Реклама в поисковых системах Интернета в РФ и за рубежом.
31. Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама.
32. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.
33. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
34. Основные понятия, связанные с баннерной рекламой объекта рынка.
35. Понятие SEO, его история и развитие.
36. Методы SEO-оптимизации.
37. Работа с внутренней оптимизацией.
38. Внешнее окружение и его значение для сайта.
39. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.
40. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
41. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях.
42. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем.
43. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
44. Оценка эффективности баннерной рекламы.
45. Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения.
46. Формирование интернет-маркетинговых стратегий на основании ключевых факторов в зависимости от объекта продвижения. Этапы интернет-маркетинговых стратегий.
47. Взаимосвязь жизненного цикла товара и используемых средств интернет-продвижения.
48. Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
49. Нестандартные способы интернет-продвижения как важный инструмент для продвижения нестандартных объектов рынка.
50. Понятие информации, положительно направленных и отрицательно направленных информационных полей. Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.

51. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.
52. Виджеты для мобильных устройств.
53. Перспективы развития интернет-маркетинга, информационных технологий, маркетинговых инструментов в Интернете. Успешность фирмы как результат тесной интеграции маркетинга и интернет-маркетинга.
54. Формы проявления интернет-макетинга. Дистанционное обучение и коммуникации. Глобальная информатизация общества и экономических процессов.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается также по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно» на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Решение задач	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,3	0,3	0,4	
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с. ЭУ
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с. ЭУ
3. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с. ЭУ

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Инновационный маркетинг/ В. Д. Секерин. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 236, [2] с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 223-235 (268 назв.). - ISBN 978-5-16-004681-5
2. Интернет-реклама: учеб. пособие/ А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - М.: Дашков и К°, 2010. - 167, [1] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 159-168. - ISBN 978-5-394-00465-0
3. Манн И.Б. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов/ Игорь Манн. - 5-е изд.. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 281, [2] с.: ил. - Вариант загл.: 50 работающих инструментов. -ISBN 978-5-00057-187-3

7.3. Нормативные документы

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

7.4. Для самостоятельной работы

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практ. пособие/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К°, 2010. - 119, [1] с.: ил.. - Библиогр.: с. 119-120 (38 назв.). - ISBN 978-5-394-00710-1
2. Интернет маркетинг на 100%. Под ред. Сухова. 2009. СПб. Питер. ISBN: 978-5-49807-172-5
3. Гитомер, Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать/ Дж. Гитомер. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 187 с.: ил.. - Кн. автора: с. 1. - ISBN 978-5-459-01204-0

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Данный курс - проектно-ориентированный. Т.е. большинство тем служит для работы над одним сквозным проектом интернет-продвижения для выбранного вида деятельности, который развивается и дополняется в ходе изучения дисциплины. В конце обучения по дисциплине студенты представляют проекты преподавателю на проверку и защищают их.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения:

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем:

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

Перечень информационных справочных систем

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «История (история России, всеобщая история)»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«История (история России, всеобщая история)»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий	12
4.3. Тематика самостоятельных работ	13
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	21
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	21
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	23
6.3.1 Тестовые задания	23
6.3.2 Темы рефератов и презентаций	28
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	30
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	33
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	34
7.1. Основная учебная литература	34
7.2. Дополнительная учебная литература	34
7.3. Литература для самостоятельной работы	34
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	38
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	38
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	44
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	44

Наименование дисциплины (модуля)

«История (история России, всеобщая история)»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «История (история России, всеобщая история)»

Целью освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» является формирование у студентов комплексного представления о специфике, методологии и возможностях научного познания прошлого, об основных этапах всемирно-исторического процесса и их особенностях, о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации; развитие исторического мышления студентов на основе целостного видения мирового исторического процесса.

Задачи изучения дисциплины:

–сформировать у студентов представления об основных этапах исторического развития, о существующих подходах к рассмотрению проблем всемирной истории и истории России;

–дать студентам знание конкретно-исторических фактов повсемирной истории и истории России;

–развитие критического и творческого мышления студентов, умения вести дискуссии на исторические темы, планировать и проводить исследовательскую деятельность, грамотно и осознанно применяя знания о существующих в науке подходах к реконструкции прошлого;

формирование бережного отношения к прошлому своего Отечества и народа, к истории других культур, народов и государств.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: конкретно-исторические факты и основные тенденции исторического развития с древнейших времен по настоящее время	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Уметь: выделять этапы и закономерности в истории и определять характерные черты, присущие тому или иному этапу истории, ориентироваться в мировом историческом процессе		
Владеть: навыками классифицировать и систематизировать факты, явления, объекты истории, соотносить их во времени и пространстве, определять уровень того или иного события или явления (глобальный или локальный), выявлять связь между различными историческими фактами и процессами для формирования гражданской позиции		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» относится к базовой части (Б1.О.07) основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Управление персоналом». Она изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» создаёт необходимую фактологическую и аналитическую основу для восприятия студентами дисциплины «Философия», что позволяет использовать межпредметные связи. Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» формирует у студентов понимание целостности и взаимосвязанности всемирно-исторического процесса, способствуют выработке компетенции анализа одних и тех же исторических процессов с учетом национальной и региональной специфики.

Изучение основных событий и процессов истории дополняется рассмотрением различных методологических подходов и концепций, имеющих в современной российской и зарубежной исторической науке.

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-5	-	История	Философия Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 1-м курсе в 1-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	36,25
Самостоятельная работа	71,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Древняя история	4,2	2	2	-	-	0,2		
Тема 2. Средние века	4,2	2	2	-	-	0,2		
Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.	16,5	2	2	2	10	0,5		
Тема 4. История Нового времени	4,5	2	2	-	-	0,5		
Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.	16,5	2	2	2	10	0,5		
Тема 6. Российская империя в XVIII в.	18,5	2	2	4	10	0,5		
Тема 7. Россия и мир в XIX в.	18,5	2	2	4	10	0,5		
Тема 8. Россия и мир в Новейшее время	24,1	2	3	4	14	1,1		
Итого	108	16	17	16	54	4	0,25	0,75
Контактная работа	36,25	16	-	16	-	4	0,25	-
Самостоятельная работа	71,75	-	17	-	54	-	-	0,75
Промежуточная аттестация		<i>Зачет</i>						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
1.	Тема 1. Древняя история	Понятие «первобытное общество». Дискуссии о его месте в человеческой истории. Родоплеменная организация общества. Проблема власти и управления на догосударственном уровне. Предпосылки трансформации и усложнения первобытного общества. Переход от присваивающего к производящему типу хозяйства. Возникновение системы патриархата. Большая и малая патриархальная семья, отцовский род, древнейшая соседская община. Коренные изменения в хозяйственной жизни и социальных связях в процессе зарождения института индивидуальной собственности. Переход к социально-стратифицированному обществу. Политогенез и его варианты. Духовная культура позднепервобытного общества.

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		<p>Предпосылки перехода человечества на ступень цивилизации. Географический и исторический ареал понятия «Древний Восток». Дискуссии о причинах возникновения древнейших цивилизаций на Востоке, их типологических чертах и этапах развития. Формы и организация труда. Особенности функционирования и развития экономики натурального типа. Зарождение элементов товарно-денежных отношений.</p> <p>Типы государства на Древнем Востоке: города-государства («номы»), крупные централизованные государства, мировые державы. Их организация, функции, источники существования и развития. Социальная стратификация древневосточных обществ. Свободные и полусвободные люди. Рабство, его виды и роль в жизни древневосточных государств.</p> <p>Природные условия и географическое положение Древнего Египта. Периодизация истории Египта. Особенности политогенеза в Египте. Объединение страны под властью Менеса (Мины). Раннее царство (I и II династии).</p> <p>Древнее царство (III и IV династии). Роль государства в создании единой ирригационной системы. Аграрные отношения и формы земельной собственности. Характерные черты деспотии. Обожествление фараонов. Оформление бюрократического аппарата. Положение господствующего слоя. Патриархальное рабство, его источники и характер. Усиление эксплуатации общинников. Внешняя политика. Строительство пирамид. Ослабление центральной власти и усиление номовой знати при V-VI династиях. Распад египетского государства. Упадок единой ирригационной системы. Новое объединение Египта. Среднее царство. XII династия. Освоение новых земель (ирригационные работы в Фаюме). Организация государственного управления, армии и военного дела. Завоевательная политика фараонов XVIII династии. Походы Тутмоса III в Палестину, Сирию и Куш. Торговые экспедиции в Пунт. Обогащение и усиление могущества жречества, военной знати и чиновничества. Религиозно-политические реформы Аменхотепа IV (Эхнатона), их направленность. Египет в эпоху Позднего царства. Развитие экономики. Распространение железа. Роль жречества и наемных воинов. Ливийское завоевание. Распадение Египта на номы. Вторжение эфиопов.</p> <p>Южная Азия в древности. Периодизация истории Южной Азии. Природные условия. Природные условия и климат Индии в древности. Протоиндийская (Индская) цивилизация. Основные центры - Хараппа, Мохенджо-Даро. Сельское хозяйство, ремесло, торговля. Материальная и духовная культура. Проблема дешифровки письменности. Проблема упадка и гибели Индской цивилизации. Вторжение ариев. Ведическое общество древних ариев. Первые государства. Кастовый строй и причины его возникновения. Основные варны. Государство Магадха и его усиление в IV в. до н.э. Борьба индийцев против греко-македонских завоевателей. Чандрагупта. Империя Ашоки и ее политический строй. Распространение буддизма. Индия в начале нашей эры. Причины политической раздробленности. Культурный, политический и экономический плюрализм. Основные религиозные системы древней Индии. Ведийская религия. Брахманизм. Учение брахманизма: карма, закон перерождений, этика. Возникновение буддизма. Жизнь и учение Будды.</p> <p>Периодизация древней китайской истории. Период Шан-Инь. Эпоха Чжоу. Эпоха Чжаньго. Основные государства и причины борьбы между ними. Конфуций и его учение. Философы древнего Китая. Возвышение государства Цинь. Реформы Шан Яна. Объединение Китая царством Цинь. Император Цинь Шихуанди. Деспотический режим в империи: административная и налоговая система. Агрессивная внешняя политика. Великая Китайская стена. Борьба против конфуцианства. Падение династии Цинь. Борьба за власть и установление династии Хань. Политический режим. Крупное землевладение. Центр и провинции. Внешняя торговля. Завоевательные войны на Западе и Юге. Борьба за</p>

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		<p>Великий Шелковый путь. Кризис империи Хань. Реформы Ван Мана и их провал. Даосизм как философия и религия. Роль даосизма в социальной борьбе. Проникновение буддизма в Китай.</p> <p>Дискуссии о месте античности в истории человечества и типологических чертах античной цивилизации. Роль природно-географических факторов в формировании античной цивилизации и ее техническая база.</p> <p>Переход к интенсивным формам земледелия и скотоводства. Развитие ремесла, его специализация, совершенствование форм организации.</p> <p>Развитие торговли и мировых экономических связей. Роль мореплавания в жизни античного общества. Тип античной экономики. Соотношение товарности и натуральности. Появление элементов рынка и их воздействие на социальную динамику. Сочетание и взаимосвязь индивидуальной и коллективной собственности. Место самостоятельных свободных производителей в античной экономике. Масштабы использования рабского и наемного труда. Возникновение «классического» рабства, его характеристика.</p> <p>Социально-политическая организация античного общества. Полис как ее главный структурный элемент. Внутренняя структура полиса, организация власти и управления. Статус гражданина. Изменение понятия «свободы» в античное время. Полисная армия как социальный институт. Полисная система ценностей и ее трансформация.</p> <p>Архаический и классический полис. Проблема кризиса полиса. Полисные союзы и тенденция к образованию мировых держав. Специфика античного «империализма». Причины появления и особенности организации крупных территориальных государств и мировых империй античности.</p>
2.	Тема 2. Средние века	<p>Содержание понятий «Средние века» и «феодализм». Причины угасания греко-римской цивилизации. Превращение христианства в государственную религию. Контакты с варварской периферией и результаты «Великого переселения народов». Судьба западной и восточной частей Империи. Образование варварских королевств.</p> <p>Раннее Средневековье в Западной Европе. Изменение роли сельской общины, городов и церкви. Источники складывания новой социально-политической элиты и слоя зависимых людей. Социальные последствия появления института рыцарства. Эволюция раннесредневековой государственности. Причины появления и распада крупных раннесредневековых государств. Империя Карла Великого и последствия ее раздела.</p> <p>Варианты и формы взаимодействия античных и варварских элементов в общественных институтах и культуре раннего Средневековья. Понятие «синтеза». «Каролингское возрождение». Влияние христианства на духовный мир и культуру варваров. Завершение формирования нового типа социальных связей в Западной Европе. Характеристика вассально-ленных отношений. Сеньория, крестьянское хозяйство и община. Пути возникновения городов. Организация городского ремесла и торговли.</p> <p>Дискуссии о месте городов в средневековом обществе.</p> <p>Политическая раздробленность в Западной Европе в X-XIII вв. Особенности функционирования королевской власти. Специфика положения Католической церкви и ее роль в европейской и международной политике. Место крестовых походов в процессе междивизиационных контактов и влияний.</p> <p>Трансформация средневекового европейского общества в XIV-XV вв. Начало преобразования вассально-ленных связей в гражданско-государственные. Появление специализированных институтов государственной власти, изменения в налоговой системе и организации армии. Эволюция в положении зависимого крестьянства и горожан. Завершение складывания сословных структур. Сословно-представительная монархия, ее значение и региональные особенности.</p> <p>Варианты развития средневековых государств в Европе XIV-XV вв.: крупные централизованные государства, универсалистские монархии, сохранение политической раздробленности. Начало формирования</p>

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		новой системы международных отношений. Столетняя война как первое межгосударственное столкновение в Западной Европе.
3.	Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.	<p>Этногенез восточных славян, расселение общественный строй, хозяйство, быт. Геополитическое положение, природа и их влияние на характер исторического развития Руси. Образование Древнерусского государства. Норманнская теория. Раннефеодальный характер древней Руси. Полюдье. Княжение Олега и Игоря. Восстание древлян. Княжение Ольги и Святослава. Принятие христианства на Руси и его влияние на историческую судьбу России. Социально-политические процессы становления русской государственности. Политическая раздробленность Древнерусского государства: причины, сущность, последствия. Нашествие монголо-татар. Хан Батый. Установление ордынского ига. Золотая Орда и ее влияние на развитие средневековой Руси. Объединительные процессы в русских землях. Причины образования российского централизованного государства и специфика исторического развития России. Этапы объединения страны. Соперничество Москвы и Твери в начале XIV в. Геополитическое положение Москвы и причины ее возвышения. Иван Калита. Поддержка церковью московских князей. Княжение Дмитрия Донского. Куликовская битва. Внутренняя и внешняя политика Ивана III. Присоединение Новгорода. Свержение ордынского ига. Судебник 1497 г. Роль церкви в объединении русских земель. Создание Московского государства. Идея «Москва - III Рим» как духовная основа государства. Нестяжатели и иосифляне. Правление Василия III.</p>
4.	Тема 4. История Нового времени	<p>Изменения в материальной и социальной культуре европейского общества в XVI в. Демографическое изменение. Технико-технологические перемены в обществе и новые явления в хозяйственной жизни Европы. Продовольственная революция начала нового времени и ее влияние на развитие материальной культуры. Складывание системы европейских торгово-экономических связей. Новая роль городов. Переворот в военном деле. Изменение роли и положения социальных групп традиционного общества. Причины и последствия процесса рефеодализации. Великие географические открытия, их значение и последствия. Изменение направлений торгово-экономических связей Европы и перемещение центров европейской торговли. Формирование новой картины мира. Складывание системы абсолютизма в Европе. Дискуссии о причинах возникновения и природе европейского абсолютизма. Особенности абсолютистской системы во Франции, Англии и Испании. Складывание империи Габсбургов. Влияние внутренних и внешних факторов на развитие универалистских тенденций в Центральной Европе. «Княжеский абсолютизм» в германских землях. Генезис идей гуманизма и Реформации. Радикальные изменения в религиозном сознании: учения Мартина Лютера, Жана Кальвина, У. Цвингли. Реформация и Контрреформация в Европе, их экономические и политические последствия. Религиозные войны. Проблема периодизации истории нового времени. Региональные особенности развития культур и цивилизаций в XVII-XIX вв. Преодоление их замкнутости. Дискуссии о проблемах преобразования традиционного общества в общество Нового времени в исторической науке. Теория «модернизации». Теория «индустриального общества». Преобразование традиционного общества и государства в XVII-XVIII вв. в странах Европы и Северной Америки. Тридцатилетняя война как первое общеевропейское вооруженное столкновение. Социально-политические революции конца XVI-XVIII вв. в Европе и Северной Америке (Нидерланды - Англия - Северная Америка - Франция). Влияние революций на развитие общества и государственности. Переход от абсолютистских государств к национальным государствам с монархической и республиканской формами правления. Зарождение основ партийно-политической системы. Изменение положения человека в локальных, региональных и национальных сообществах. Формирование существенных элементов гражданского общества в ряде</p>

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		<p>стран Западной Европы, в Северной Америке. Зарождение новой системы международных отношений в XVII-XVIII вв. Европейское Просвещение. Формирование теорий «естественных прав» человека, «общественного договора», «народного суверенитета» и их воздействие на общественную жизнь европейских стран и Северной Америки. Развитие науки и духовной культуры в XVIII в. Промышленный переворот и процесс создания «индустриального общества» в Европе и Северной Америке (конец XVIII-70-е гг. XIX в.). Техничко-экономический, социальный, интеллектуальный аспекты промышленного переворота. Дискуссии о содержании промышленного переворота и его влиянии на общественную жизнь. Общественные движения конца XVIII-первой половины XIX вв. и проблема расширения экономической и социально-политической демократии. Процессы формирования новых социальных групп и модификации традиционных общностей в ходе промышленного переворота. Особенности развития государственной власти и общественных институтов. Формирование двухпартийной и многопартийной систем политического управления. Изменение экономической и социальной роли государства. Складывание основ социального законодательства. Национально-объединительные и национально-освободительные процессы в Европе в первой половине XIX в. Объединение Италии и Германии. Гражданская война в США и Реконструкция Юга. Расширение колониальной экспансии европейских стран и формирование колониальных империй Великобритании и Франции. Религия и общество в XIX в. Формирование основ «индустриального общества» в XIX - начале XX вв. Новые формы организации производства. Перемены в материальной культуре. Революция в сфере транспорта и коммуникаций. Демографические изменения, миграции. Усиление взаимозависимости мира. Развитие национальной государственности в конце XIX - начале XX вв. Деятельность политических партий и общественных организаций. Первые социал-демократические партии. Совершенствование системы государственного управления. Возрастание экономических и социальных функций государства. Политика реформизма как социальная практика государственной власти. Развитие колониальной экспансии великих держав Европы и США в последней трети XIX в. Формирование блоковой системы международных отношений. Локальные и региональные войны как средства разрешения противоречий между государствами.</p>
5.	Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.	<p>Политическая борьба в России на рубеже XV – XVI вв. по вопросу престолонаследия. Реформы Елены Глинской. Боярское правление 1538–1548 гг. Иван IV – первый русский царь. Реформы Ивана IV. «Избранная Рада». Судебник 1550 г. Земский собор. Создание приказной системы. Стоглавый собор. Военная реформа. Политика опричнины и ее сущность. Направления внешней политики Ивана IV. Взятие Казани и Астрахани. Начало присоединения Сибири. Ливонская война и ее результаты. Место и роль Ивана IV в историческом развитии России. «Смута» рубежа XVI – XVII: причины, этапы, последствия. Польско-шведская интервенция и борьба с ней русского народа. Итоги «Смутного времени». Династия Романовых. Правление Михаила Федоровича и Алексея Михайловича. Сельское хозяйство. Развитие промышленности. Генезис капиталистических отношений и специфика их развития в России. Появление мелкотоварного производства. Особенность первых русских мануфактур, их государственный и крепостнический характер. Складывание всероссийского рынка. Укрепление купечества. Новый торговый устав 1667 г. Завершение процесса формирования государственно-крепостнической системы. Соборное уложение 1649 г. Усиление тенденций к абсолютизму. Падение роли Боярской Думы. Прекращение созыва Земских Соборов. Централизация управления. Приказная система. Реформы армии. Отмена местничества. Церковный раскол. Патриарх Никон и протопоп Аввакум. Городские восстания в</p>

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		середине XVII в. Медный бунт 1662 г. Крестьянская война под предводительством С.Т. Разина. Основные направления внешней политики России в XVII в.
6.	Тема 6. Российская империя в XVIII в.	Преобразования Петра I в экономической, политической, социальной, культурной сферах. Общее направление и идеология реформ. Цивилизационный раскол российского общества и его влияние на историческую судьбу России. Предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма. Внешняя политика Петра I. Северная война 1700-1721 гг. Полтавская битва. Морские сражения у мыса Гангут и острова Гренгам. Ништадтский мир. Россия – великая европейская держава. Эпоха «дворцовых переворотов». Внутренняя политика Елизаветы Петровны. Петр III. «Просвещенный абсолютизм» Екатерины II: особенности, содержание, противоречия. Учреждение о губерниях. Судебная реформа. «Жалованная грамота дворянству». «Жалованная грамота городам». Введение дворянского и городского самоуправления. Состояние сельского хозяйства и промышленности. Тормозящее влияние крепостничества. Крестьянская война под предводительством Е.И. Пугачева. Основные направления внешней политики России второй половины XVIII в. Русско-турецкая война 1736–1739 гг. Семилетняя война. Русско-турецкие войны второй половины XVIII в. Ф.Ф. Ушаков и А.С. Суворов. Россия и разделы Речи Посполитой. Россия и Великая Французская революция. Правление Павла I. Основные направления внутренней и внешней политики. Швейцарский и Итальянский походы А.В. Суворова. Средиземноморская экспедиция Ф.Ф. Ушакова. Дворцовый переворот 11 марта 1801 г.
7.	Тема 7. Россия и мир в XIX в.	Российская империя в первой четверти XIX в. Правление Александра I. «Негласный комитет» и конституционные проекты. Создание министерств. Либеральные проекты М.М. Сперанского. Указ «О вольных хлебопашцах» и ограничение крепостного права. Трудности реализации реформ Александра I. А.А. Аракчеев. Россия в системе международных отношений в начале XIX в. Антинаполеоновские войны 1805–1807 гг. Тильзитский мир 1807 г. Отечественная война 1812 г. Ход военных действий на первом этапе. М.И. Кутузов. Бородинское сражение. Тарутинский маневр. Березина. Причины победы России. Заграничный поход 1813-1814 гг. Начало правления Николая I. Движение декабристов: сущность, методы, последствия. Политическая реакция и реформы при Николае I. П.Д. Киселев. А.Х. Бенкендорф. Бюрократизация государственной и общественной жизни. Общественная мысль и общественно-политическое движение в 30-40-х гг. XIX в. Западники и славянофилы. Теория «официальной народности» С.С. Уварова. Внешняя политика Николая I. Крымская война 1853-1856 гг. Значение поражения России в Крымской войне. Правление Александра II. «Кризис верхов» и крестьянские восстания. Реформы 60-70-х гг.: причины, цели, характер. Отмена крепостного права. Губернская реформа. Земская реформа. Судебная реформа. Реформы в сфере образования и печати. Военная реформа. Итоги и последствия реформ. Русско-турецкая война 1877–1878 гг. Сан-Стефанский мир. Берлинский конгресс. «Союзы трех императоров». Общественные движения в России второй половины XIX в. Направления в народничестве. «Земля и воля». «Контрреформы» Александра III. Укрепление консерватизма. Завершение промышленного переворота. Эволюция помещичьего землевладения. Складывание военно-политических блоков в Европе. «Тройственный союз». Русско-французское сближение и военно-политический союз 1894 г. Начало складывания Антанты. Правление Николая II. Обострение кризиса самодержавия на рубеже XX-XIX вв. Особенности социально-экономического развития России. Деятельность С.Ю. Витте. Форсированная индустриализация страны. Русско-японская война 1904 – 1905 гг. и ее итоги. Революция 1905-1907 гг.: причины, этапы, последствия. Становление многопартийности. Государственная Дума и

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		ее роль в политической жизни страны. «Третьеиюньская» монархия. Реформы П.А. Столыпин и их результаты. Первая мировая война как проявление кризиса цивилизации XX в. Россия в условиях Первой мировой войны. Цели России в войне. Ход военных действий на Восточном фронте в 1914–1916 гг. Нарастание общенационального кризиса. Экономические сложности и кризис власти. Февральская революция 1917 г. Падение самодержавия. Установление двоевластия: Временное правительство и Советы рабочих и солдатских депутатов. Деятельность Временного правительства. Разгон июльской демонстрации в Петрограде. А.Ф. Керенский. Корниловский мятеж и политический кризис Временного правительства. Проблема создания коалиционного демократического правительства. Вашингтонская конференция и завершение складывания системы международных отношений.
8.	Тема 8. Россия и мир в Новейшее время	<p>Приход к власти большевиков. II съезд Советов. «Декрет о мире». «Декрет о земле». Формирование новой государственности в России. Брестский мир 1918 г. и его значение. Гражданская война: причины, этапы, последствия и значение. «Красные» и «белые». Иностранная интервенция. Политика «военного коммунизма». Причины перехода к НЭПу, его сущность. Восстановление промышленности. Образование СССР. Формирование однопартийного политического режима. Политическая борьба в партии большевиков в 1920-е годы. Победа Сталина. Свертывание НЭПа. Основные направления внешней политики в 1920-е гг. Индустриализация и коллективизация: причины, сущность, последствия. Установление режима личной власти И.В. Сталина. Упрочение тоталитаризма. Советская внешняя политика в 1930-е годы. Советско-германские отношения. Попытка создания коллективной безопасности. СССР во Второй мировой войне и Великой Отечественной войне. Этапы Великой Отечественной войны. Историческое значение победы советского народа в войне. СССР в первые послевоенные годы (1945-1953 гг.). Политическое и социально-экономическое развитие. Поздний сталинизм. Внешняя политика СССР. Начало «холодной войны». Революционный скачок в области науки, техники и технологии. Начало исследования космического пространства. Радикальные преобразования в сфере информации и коммуникации. Появление и распространение ЭВМ. Новый облик западного мира. Трансформация «индустриального общества» в «новое индустриальное общество». Модернизация экономики на базе новейших технологий. Достижение высоких темпов и уровня экономического развития. Складывание основ интеграционного процесса в Западной Европе. Создание ЕЭС. Активизация социальной политики государства. «Общество потребления». Изменения в социальной структуре западного общества. Проблемы экономического роста в странах Запада в 70-е гг. Замедление темпов развития. Структурные кризисы. Стагфляция. Социально-политические сдвиги на рубеже 70-80-х гг. Консервативный поворот в западном мире: причины и последствия. «Консервативная волна» в общественном сознании. «Тэтчеризм» в Великобритании, «рейганомика» в США: идеология и реальные результаты. Десталинизация советского общества (1953-1964 гг.). XX съезд КПСС и разоблачение культа личности Сталина. Н.С. Хрущев и реформы конца 1950-х – начала 1960-х гг. «Оттепель». Освоение целинных земель. Культурное и духовное развитие страны. СССР в годы «застоя». Переворот 1964 г. и приход к власти Л.И. Брежнева. Бюрократизация партийно-государственного аппарата. Отставание в технологии производства и в организации труда. Застой в экономике. Конституция 1977 г. Попытки реформ А.Н. Косыгина и Ю.В. Андропова. Начало «перестройки» М.С. Горбачева. Реформы государственного строя. Учреждение должности президента СССР и президентов союзных республик. Попытки совместить рыночные отношения с социализмом. Обострение социально-экономических трудностей в 1988 – 1989</p>

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
		гг.Новоогаревские переговоры. Августовский путч 1991 г. и крушение СССР. Беловежские соглашения. Создание организации Объединенных Наций. Развитие международного права. Углубление раскола мира на противоборствующие системы. Лидирующая позиция США в западном мире после окончания второй мировой войны. Атомная монополия США. Укрепление позиции СССР на мировой арене. Начало холодной войны. Создание противоборствующих военно-политических блоков (НАТО-ОВД) как закрепление тенденции к конфронтации в отношениях Восток-Запад. Внешняя политика СССР в 1960 – 1980 – е гг. Радикальные преобразования в экономике России в 1992 г. Приватизация. «Шоковая терапия». Становление российской государственности. Россия и мир в начале XXI в.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы практического занятия
1	Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.	1. Образование Древнерусского государства. 2. Политическая раздробленность Древнерусского государства. 3. Объединение русских земель. Геополитическое положение Москвы и причины ее возвышения. Создание Московского государства. Внутренняя и внешняя политика Ивана III.
2	Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.	1. Внутренняя политика Ивана Грозного. Опричнина. 2. Внешняя политика Ивана Грозного: основные направления. 3. Смутное время: причины возникновения, основные события, итоги. 4. Правление Михаила Федоровича Романова. Внутренняя и внешняя политика правительства Алексея Михайловича.
3	Тема 6. Российская империя в XVIII в.	1. Реформы Петра I в области государственного управления. Табель о рангах. 2. Реформы Петра I в области экономики. 3. Военные реформы Петра I. 4. Реформы Петра I в области культуры и просвещения. 5. Внешняя политика Петра I: цели и направления. 6. Северная война 1700 – 1721 гг.: основные сражения. Ништадтский мир 1721 г. и его итоги. Российская империя во второй половине XVIII в. 1. Внутренняя политика Екатерины II: основные направления. Внешняя политика Екатерины II: направления и результаты.
4	Тема 7. Россия и мир в XIX в.	Развитие Российской империи в первой половине XIX в. 1. Попытки реформ Александра I и причины их неудач. 2. Внутренняя политика Николая I. Российская империя во второй половине XIX в. 1. Буржуазные реформы 1860-70-х гг. в правление Александра II. 2. Контрреформы Александра III.
5	Тема 8. Россия и мир в Новейшее время	Великая Отечественная война 1. Этапы Великой Отечественной войны. Крупнейшие военные операции войны. 2. Советский тыл в годы войны. Партизанская война. 3. Потсдамская конференция и итоги войны. СССР в 1945 – 1985 гг. 1. СССР в первые послевоенные годы (1945-1953 гг.). Политическое, социально-экономическое развитие. Внешняя политика. 2. Реформы Н.С. Хрущева. (1953-1964 гг.). Оттепель. 3. Правление Л.И. Брежнева. 4. Развитие СССР в 1982 – 1985 гг. 5. Направления внешней политики в 1964– 1985 гг. Перестройка: цели, направления, итоги.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Древняя история	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
2.	Тема 2. Средние века	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
3.	Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
4.	Тема 4. История Нового времени	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
5.	Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
6.	Тема 6. Российская империя в XVIII в.	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
7.	Тема 7. Россия и мир в XIX в.	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России
8.	Тема 8. Россия и мир в Новейшее время	1. Подготовка к практическим занятиям Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наименование темы, в соответствии с тематическим планом (наименование темы (задания) для самостоятельной работы)	Название учебно-методической литературы для самостоятельной работы Электронные ресурсы (lms-2.kantiana.ru / lms-3.kantiana.ru / brs.kantiana.ru)
Тема 1. Древняя история	<p>Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеютсяэкземплярывотделах / Therearecopiesindepartments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 1: Древний мир / отв. ред.: В.А. Головина, В.И. Уколова. - 821, [1] с., [26] л. ил.: портр., карты. - Библиогр.: с. 786-799. - Указ.: с. 800-819. - ISBN 978-5-02-036726-5.</p> <p>Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)</p> <p>Бокщанин А.А. История Китая. Древность, средневековье, новое время. М.: Вост. лит. РАН, 2010. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1) 94Б 789</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 1: Древнейшая и древняя история (по археологическим данным). От палеолита до V в. до н. э. / отв. ред. А.П. Деревянко. - 2016. - 974, [1], [18] л. ил. с. - Библиогр.: с.</p>

	<p>930-948. - ISBN 978-5-02-036576-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 2: Эпоха Чжаньго, Цинь и Хань (V в. до н. э. - III в. н. э.) / отв. ред. Л.С. Переломов. - 2016. - 687, [1], [12] л. ил. с. - Библиогр.: с. 651-671. - ISBN 978-5-02-039775-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 3: Троецарствие, Цзинь, Южные и Северные династии, Суй, Тан (220-907) / отв. ред. И.Ф. Попова, М.Е. Кравцова. 2014. - 991, [1], [14] л. ил. с. - Библиогр.: с. 907-928. - ISBN 978-5-02-036565-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Алаев, Л.Б. История Востока с древнейших времен до начала XX века. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Красанд, 2014. - 366 с. - Библиогр.: с. 351-366. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.1. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(2)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.2. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(2)</p> <p>Васильев Л.С. История религий Востока. М., 2000. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 229В 191</p> <p>Гране М. Китайская цивилизация. М., 2008. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94Г 770</p> <p>Конфуций. Суждения и беседы. СПб.: Кристалл, 2001. - 191 с. Библиогр.: с. 190. - ISBN 5-306-00113-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Конфуцианство. Даосизм. От А до Я. М., 2007. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Будда. Конфуций. Савонарола. Торквемада. Лойола. СПб.: ЛИО Редактор: Нар. правда, 1993. - 367 с.: ил. - (Жизнь замечательных людей). Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>История Японии / Н.Ф. Лещенко; под ред. Д.В. Стрельцова. М.: Аспект-Пресс, 2015. - 557, [2] с. - Библиогр.: с. 552-558. - ISBN 978-5-7567-0794-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94И 907</p> <p>Хани, Г. Японская империя. История страны самураев. М.: Алгоритм, 2014. - 285, ил. с. - (Величайшие империи человечества). - ISBN 978-5-4438-0589-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Мак-Клейн Дж. Л. Япония. От сёгуната Токугавы – в XXI век. М.: АСТ: Астрель, 2011. - 895 с., [16] л. ил., карт. - Библиогр. в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-17-037223-2. - ISBN 978-5-271-14015-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94М 150</p> <p>Пасков С.С. Япония в раннее Средневековье, VII-XII века: истор. очерки. 2-е изд. М.: Кн. Дом ЛИБРОКОМ, 2011. - 194, [1] с. - (Академия фундаментальных исследований: история). - Библиогр.: с. 168-184 (471 назв.). - Указ. имен: с. 189-194. - ISBN 978-5-397-02013-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94П 192</p> <p>Дейноров Э. История Японии. М.: АСТ, 2008. - 767 с. - Библиогр.: с. 762-763 (25 назв.). - ISBN 978-5-17-053840-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94Д 279</p> <p>Алаев Л.Б. История Индии: учеб. для вузов. М.: Дрофа, 2010. - 541, [1] с.: ил., фото. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 524-527. - ISBN 978-5-358-04667-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94А 450</p> <p>Снесарев А.Е. Невероятная Индия: религии, касты, обычаи. М.: Ломоносовъ, 2012. 185, [2] с.: ил. - Библиогр. в примеч.: с. 170-185. - ISBN 978-5-91678-109-0. 39С 533. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Ванина, Е.Ю. Индия: история в истории. М.: Наука-Вост. лит., 2014. - 343 с.: ил., портр.. - Библиогр.: с. 303-329. - Указ. имен: с. 330-341. - ISBN 978-5-02-036563-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Уилер, М. Древний Индостан. Раннеиндийская цивилизация. М.: Центрполиграф, 2005. - 206, [2] с., [20] л. ил. - ISBN 5-9524-1762-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)</p> <p>Индуизм. От А до Я. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. - 315, [5] с. - (Мировая</p>
--	---

	<p>культура). - Библиогр.: с.296-300. - ISBN 978-5-17-046824-9. - ISBN 978-5-478-00726-3. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Барт, А. Религии Индии. Ведийские религии. Брахманизм. Буддизм. Джайнизм. Индуизм. М.: Либроком; Москва: УРСС, 2014. - VIII, 337, [1] с. - (Академия фундаментальных исследований: мифология, религия, атеизм). - Текст старорус. - ISBN 978-5-397-04437-0. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Дандамаев, М.А. Месопотамия и Иран в VII-IV вв. до н.э. Социальные институты и идеология. СПб.: СПбГУ, 2009. - 511 с.: ил., [1] л. портр. - Указ.: с. 493-508. - Библиогр.: с. 456-492. - ISBN 978-5-8465-0834-7. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Садаев, Д.Ч. История древней Ассирии. М.: Наука, 1979. - 247 с. - Библиогр.: с. 243-245. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История древнего Востока. Зарождение древнейших классовых обществ и первые очаги рабовладельческой цивилизации: в 2 ч. / под ред. И.М. Дьяконова. М.: Наука, 1983. Ч. 1: Месопотамия. - 534 с.: ил., 4 отд. л. карт. - Библиогр. в примеч.: с. 494-514. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(3)</p> <p>История древнего Востока. От ранних государственных образований до древних империй / под ред. А.В. Седова; редкол. Г.М. Бонгард-Левин (пред.). М.: Вост. лит. РАН, 2004. - 895 с., [14 л. ил.]: ил., карты. - Библиогр.: с. 815-828. - ISBN 5-02-018388-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(3)</p> <p>Оппенгейм, А.Л. Древняя Месопотамия: Портрет погибшей цивилизации. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1990. - 317, [2] с. - Библиогр. в примеч.: с. 269-296. - Указ. имен: с. 316-318. - ISBN 5-02-016582-4. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Гуляев, В.И. Шумер. Вавилон. Ассирия. 5000 лет истории: учебное пособие. М.: Алетей, 2004. - 437 с.: ил. - Библиогр.: с.420. - ISBN 5-89321-112-X. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Клочков, И.С. Духовная культура Вавилонии: человек, судьба, время: очерки. М.: Наука, 1983. - 207 с. - Библиогр. в примеч.: с. 153-193. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Горохов, С.А. Религии народов мира: учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2016. - 421, [1] с.: табл. - (Бакалавриат). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-406-03231-2. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История древнего мира: [в 3 кн.] / под ред. И.М. Дьяконова. - 3-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1989. Кн. 2: Расцвет древних обществ / И. Дьяконов, В. Якобсон, Н. Янковская; отв. ред. И.С. Свенцицкая. - 571 с.: ил., карт. - ISBN 5-02-016781-9. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>История Древнего мира: энциклопедия / научно-ред. совет А.О. Чубарьян. М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2004. - 638 с.: ил. - («Руссика»). Иллюстрированная энциклопедия). - ISBN 5-94849-302-4. - ISBN 5-94849-551-5. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Кузищин, В.И. История Древнего Востока: учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академия, 2010. - 381, [1] с.: карты. - Библиогр.: с. 376-377. - ISBN 978-5-7695-6794-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: УБ(40)</p> <p>Перепелкин, Ю.Я. История Древнего Египта. СПб.: Летний сад, 2001. - 608 с.: ил. - ISBN 5-87516-177-9. - ISBN 5-89740-011-3. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Тураев, Б.А. Древний Египет: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2007. - 519 с.: ил., [1] л. портр. - Библиогр.: с. 491-494. - Указ.: с. 495-518. - ISBN 978-5-06-005141-4. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Кузищин, В.И. История Древнего Рима: учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академия, 2010. - 446, [1] с.: портр. - Библиогр.: с. 438-443. - ISBN 978-5-7695-6795-7. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: УБ(40)</p> <p>История Древней Греции: учеб. пособие для вузов / под ред. В.И. Кузищина. - 3-е изд., стер. М.: Академия, 2011. - 469, [1] с. - Библиогр.: с. 456-466. - ISBN 978-5-7695-7746-8. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: УБ(40)</p> <p>brs.kantiana.ru</p>
--	---

<p>Тема 2. Средние века</p>	<p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канга: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p> <p>Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)</p> <p>История средних веков: учеб. для акад. бакалавриата / под ред. И.Н. Осинковского, Г.А. Ртищевой, Н.В. Симоновой. М.: Юрайт, 2016. - 462, [1] с. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 462-463. - ISBN 978-5-9916-6987-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 2: Средневековая Европа. 1992. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907</p> <p>История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 3: От средневековья к новому времени (конец XV - первая половина XVII в.). 1993. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907</p> <p>авленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Алаев, Л.Б. История Востока с древнейших времен до начала XX века. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Красанд, 2014. - 366 с. - Библиогр.: с. 351-366. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.1. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.2. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 2. Восток в Средние века. М., 1995. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2) 93И 907</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 3. Восток на рубеже средневековья и нового времени XVI - XVIII вв. М., 1999. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907</p> <p>Васильев Л.С. История религий Востока. М., 2000. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канга, НА(1) 229В 191</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 3: Троецарствие, Цзинь, Южные и Северные династии, Суй, Тан (220-907) / отв. ред. И.Ф. Попова, М.Е. Кравцова. 2014. - 991, [1], [14] л. ил. с. - Библиогр.: с. 907-928. - ISBN 978-5-02-036565-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 4: Период Пяти династий, империя Сун, государства Ляо, Цзинь, Си Ся (907-1279) / отв. ред. И.Ф. Попова. 2016. - [18] л. ил. - Библиогр.: с. 841-853. - Указ. имен: с. 854-880. - ISBN 978-5-02-039761-3. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука-Вост. лит. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 5: Династии</p>
-----------------------------	--

	<p>Юань и Мин (1279-1644) / отв. ред.: А.Ш. Кадырбаев, А.А. Бокщанин. 2016. - 678 с.: ил.; [18] л. ил. - Библиогр.: с. 930-949. - Указ.: с. 950-965. - ISBN 978-5-02-039763-7. 800 экз. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Арзаканян М.Ц. История Франции: Учебник. М., 2005.Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1) 93А 809</p> <p>Ферро М. История. М.: Весь мир, 2015. - 830 с.: карты. - ISBN 978-5-7777-0552-5. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1) brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канга:https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.</p>	<p>Фортунагов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунагов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / Therearecopiesindepartments: ч.з.№4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)</p> <p>Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1) brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канга:https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 4. История Нового времени</p>	<p>Фортунагов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеютсяэкземплярывотделах / Therearecopiesindepartments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунагов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 3: От средневековья к новому времени (конец XV - первая половина XVII в.). 1993. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907</p> <p>История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 4: Европа нового времени (XVII - XVIII вв.). 1994. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907</p> <p>Арзаканян М.Ц. История Франции: Учебник. М., 2005.Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1) 93А 809</p> <p>Ферро М. История. М.: Весь мир, 2015. - 830 с.: карты. - ISBN 978-5-7777-0552-5. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)</p>

	<p>Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 4: Мир в XVIII веке / отв. ред. С.Я. Карп. - 2013. - 786, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.. - Библиогр.: с. 715-735. - Указ. имен: с. 736-779. - ISBN 978-5-02-038037-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 5: Мир в XIX веке: на пути к индустриальной цивилизации / отв. ред. В.С. Мирзеханов. - 2014. - 939, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.). - Библиогр.: с. 877-894. - Указ. имен и геогр. назв.: с. 895-937. - ISBN 978-5-02-038057-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Алаев, Л.Б. История Востока с древнейших времен до начала XX века. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Красанд, 2014. - 366 с. - Библиогр.: с. 351-366. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.1. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.2. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 2. Восток в Средние века. М., 1995. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2) 93И 907</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 3. Восток на рубеже средневековья и нового времени XVI - XVIII вв. М., 1999. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И907</p> <p>Васильев Л.С. История религий Востока. М., 2000. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, НА(1) 229В 191</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука-Вост. лит. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 5: Династии Юань и Мин (1279-1644) / отв. ред.: А.Ш. Кадырбаев, А.А. Бокщанин. 2016. - 678 с.: ил.; [18] л. ил. - Библиогр.: с. 930-949. - Указ.: с. 950-965. - ISBN 978-5-02-039763-7. 800 экз. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 6: Династия Цин (1644-1911) / отв. ред. О.Е. Непомнин. 2014. - 886, [2], [12] л. ил. с. - Библиогр.: с. 818-836. - ISBN 978-5-02-036562-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.</p>	<p>Фортунагов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунагов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты,</p>

	<p>портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Крамер, А.В. Раскол русской Церкви в середине XVII века. СПб.: Алетейя, 2011. - 367 с. - ISBN 978-5-91419-452-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Паскаль, П. Протопоп Аввакум и начало раскола. - 2-е изд., испр. М.: Яз. славян. культуры; Рукоп. памятники Древней Руси, 2016. - 680 с.: ил. - Библиогр.: с. 623-640. - Указ. имен: с. 641-680. - ISBN 978-5-94457-256-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 6. Российская империя в XVIII в.</p>	<p>Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 4: Мир в XVIII веке / отв. ред. С.Я. Карп. - 2013. - 786, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.. - Библиогр.: с. 715-735. - Указ. имен: с. 736-779. - ISBN 978-5-02-038037-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 7. Россия и мир в XIX в.</p>	<p>Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)</p> <p>Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 5: Мир в XIX веке: на пути к индустриальной цивилизации / отв. ред. В.С. Мирзеханов. - 2014. - 939, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.). - Библиогр.: с. 877-894. - Указ. имен и геогр. назв.: с. 895-937. - ISBN 978-5-02-038057-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.N4(1)</p> <p>Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p>

	<p>Арзаканян М.Ц. История Франции: Учебник. М., 2005. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 93А 809</p> <p>Ферро М. История. М.: Весь мир, 2015. - 830 с.: карты. - ISBN 978-5-7777-0552-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.2. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>Васильев Л.С. История религий Востока. М., 2000. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, НА(1) 229В 191</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 2. Восток в Средние века. М., 1995. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)</p> <p>История Востока: в 6 т. Т. 3. Восток на рубеже средневековья и нового времени XVI - XVIII вв. М., 1999. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И907</p> <p>Коновалова И.Г. Средневековый Восток: учеб. пособие для вузов. М.: АСТ: Астрель, 2008. 495 с.: ил. - Библиогр.: с. 484-495. - ISBN 978-5-17-047948-1. - ISBN 978-5-271-18521-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94К647</p> <p>Алаев, Л.Б. История Востока с древнейших времен до начала XX века. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Красанд, 2014. - 366 с. - Библиогр.: с. 351-366. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Петросян, Ю.А. Османская империя. М.: Эксмо: Алгоритм, 2003. - 415 с. - Библиогр.: с. 400-414. - ISBN 5-699-02432-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 93П 311</p> <p>Финкель, К. История Османской империи. Видение Османа. М.: АСТ, 2012. - 829, [2] с., [8] л. ил., портр.: карты. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-17-043651-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94Ф 598</p> <p>Широкоград, А.Б. Взлет и падение Османской империи. М.: Вече, 2012. - 399, [8] л. ил. портр. с.: ил., карты, портр. - (Рождение и гибель великих цивилизаций). - Библиогр.: с. 394-398. - ISBN 978-5-9533-5687-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>
<p>Тема 8. Россия и мир в Новейшее время</p>	<p>Фортунагов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з. №1(1)</p> <p>Фортунагов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>Арзаканян М.Ц. История Франции: Учебник. М., 2005. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 93А 809</p> <p>Ферро М. История. М.: Весь мир, 2015. - 830 с.: карты. - ISBN 978-5-7777-0552-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)</p> <p>brs.kantiana.ru</p> <p>Страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта: https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132</p>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Обучающиеся овладевают указанными компетенциями на лекциях, на практических занятиях и во время самостоятельной работы студентов.

Студенты осваивают темы модуля «История». На лекционных занятиях студенты усваивают комплекс знаний о теоретических основах. На практических занятиях и при выполнении заданий для самостоятельной работы углубляются теоретические знания студентов, формируются базовые представления о методах сбора и анализа исторических источников и научной информации, складываются первичные умения и навыки классифицировать и систематизировать исторические факты и явления, соотносить их во времени и пространстве, определять уровень того или иного исторического события или явления (глобальный или локальный), выявлять связь между различными фактами и процессами. Оценивание каждой компетенции осуществляется на основе продемонстрированного обучаемым на практических занятиях, при выполнении письменных заданий (тестирование) и собеседованиях с преподавателем уровня самостоятельности в применении полученных знаний, умений и навыков.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при неполной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		
Этапы формирования	Показатели сформированности	Средства и критерии оценки
Ориентировочный ¹ (начальный)	Знает и вычленяет главные этапы, закономерности и факторы, влияющие на историческое развитие	Тестирование, не менее 60% правильных ответов
Деятельностный ² (основной)	Умеет использовать полученные знания для исторического анализа политической, социально-экономической и религиозно-культурной ситуации	Работа на практических занятиях. Оценка «зачтено» ставится, когда продемонстрирован высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка. Показана прочность и систематичность полученных практических умений, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

¹ формирование целевой установки, общего представления о деятельности, предметных знаний

² степень владения способами деятельности, при которой возможно самостоятельное решение типовых профессиональных задач в стандартных условиях

Контрольно-корректировочный ³ (завершающий)	Использует знания по истории в практической деятельности	Подготовка реферата о персоналии всемирной истории или истории России. Подготовка реферата -это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа и практической деятельности определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Компетенцию следует считать сформированной, когда обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и при практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий.
--	--	---

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Древняя история	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
Тема 2. Средние века	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
Тема 3. Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
Тема 4. История Нового времени	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
Тема 5. Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
Тема 6. Российская империя в XVIII в.	УК-5	Тестирование Реферат		Письменно Устно
	УК-5		Зачет	Устно

³ способность самостоятельного решения типовых задач в вариативных условиях, (возможно, это и решение сложных задач под руководством более квалифицированного специалиста), а также оценка эффективности собственной педагогической деятельности и определение направлений дальнейшего саморазвития

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция:

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
------	--

Примерные тестовые задания

Что такое «полис»?

высший законодательный орган Афинского государства

территориальный округ в Древней Греции

территория племени

*форма рабовладельческого государства в Древней Греции, античный город-государство

Россия стала империей в ...

1700 г.

1725 г.

*1721 г.

1725 г.

Соотнесите территории и очаги возникновения цивилизаций:

- | | |
|-----------------------|----------------|
| 1) долина реки Нил | а) индийская |
| 2) долина реки Хуанхэ | б) майя |
| 3) Италия | в) египетская |
| 4) Месопотамия | г) китайская |
| 5) долина реки Инд | д) вавилонская |
| 6) Мезоамерика | е) римская |

Два отрицательных последствия политической раздробленности:

развитие экономики и торговли

#ослабление обороноспособности

#княжеские междоусобицы

рост доходов

Факторы, определявшие взаимоотношения Руси и Золотой Орды в период ига...

#выдача ярлыков на великое княжение Владимирское

назначение митрополита Киевского и Всея Руси

#выплата русскими княжествами дани Золотой Орде

раздачей ханами Золотой Орды земель в вотчинное владение

В каком году была Куликовская битва?

1054 г.
1242 г.
*1380 г.
1709 г.

Когда закончилось монголо-татарское иго?

*1480 г.
1302 г.
1565 г.
1240 г.

Самураи в Японии представляли собой...

сословие крестьян
*феодалное сословие
разбойников
наемные войска

Утверждения норманнской теории происхождения Древнерусского государства

#призвание варягов и объединение ими славянских племен является главным основанием Древнерусского государства

норманны имели развитое государство и присоединили славянские земли к нему

варяги контролировали все морские и речные торговые пути в Европе и в IX в. установили свой контроль над торговыми путями из Балтийского моря в Черное море

#неспособность славянских племен к созданию собственной государственности без влияния более цивилизованных соседей

Рюрик не был реальной исторической личностью

Термин «кондиции» связан с восшествием на престол ...

малолетнего Ивана Антоновича

*Анны Иоанновны
Елизаветы Петровны
Екатерины II

Кто являлся главой Древнего Египта?

номарх
джати
*фараон
верховный жрец

Манифест 19 февраля 1861 г. предоставил крестьянам...

*личную свободу
свободу выхода из общины
право самостоятельно распоряжаться имеющейся землей
равные права с дворянством

Первый царем в Русском государстве был провозглашен _____

Василий III
Василий Шуйский
Иван III
*Иван IV Грозный

Опричнина существовала в ...

*1565 – 1572 гг.
1583 – 1597 гг.
1558 – 1583 гг.
1605 – 1613 гг.

Что такое «домен»?

земли, находящиеся в общинной собственности

*наследственное земельное владение короля и крупных феодалов в странах Западной Европы в Средние века

земельный участок в городской черте

условное владение, даваемое за службу

На Чудском озере в 1242 году во время Ледового побоища новгородцы разгромили ... шведов

поляков

тевтонских рыцарей

*немцев и датчан

Основные политические партии США в XX – XXI вв.

Лейбористская и Консервативная

*Республиканская и Демократическая

Социал-демократическая и Либеральная

Социал-демократическая и Консервативная

Власть Золотой Орды на русских землях существовала с ... гг.

1223 г. по 1380 г.

*1240 г. по 1480 г.

1237 г. по 1410 г.

1242 г. по 1480 г.

Идеология «официальной народности» в Российской империи в XIX веке – это ...

*доктрина «Самодержавие, Православие, Народность»

идея «Москва – Третий Рим»

марксистско-ленинская теория

доктрина революционного народничества

Опричнина характеризовалась ...

проведением реформ местного самоуправления

созданием стрелецких конных отрядов

#политикой массовых репрессий против бояр и других противников самодержавной власти царя

#разделением русских земель на «опричнину» и «земщину» с разными принципами управления

наличием абсолютной монархии

Кастовый строй получил классическое воплощение в ...

Китае

*Индии

Вавилоне

Ассирии

Новые органы отраслевого управления, созданные в России в 1802 году:

*министерства
особые совещания
коллегии
приказы

Реформы Александра II ликвидировали:
#крепостное право
Тайную канцелярию
военные поселения
#рекрутскую повинность

Синод – это ...
центральный орган управления
*орган государственного отраслевого управления церковными делами
орган управления, состоявший из представителей феодальной аристократии
государственный совет

Явление в российской истории, получившее название политики «просвещенного абсолютизма», это...
реформы Петра I
*политика правительства Екатерины II
освобождение крестьян от крепостной зависимости Александром II
реформа образования Александра I

«Контрреформы» Александра III выразились в следующем:
#широкое применение чрезвычайного законодательства, ужесточение полицейского контроля в стране
ограничение автономии университетов
отмена принципов независимости, гласности и состязательности в судопроизводстве
#ужесточение надзора за земскими учреждениями
поддержка либеральных изданий

Страны участницы антигитлеровской коалиции в период Второй мировой войны
Япония
#Великобритания
Австрия
#Франция
СССР
Испания
#США

Причины победы большевиков в Гражданской войне
#поддержка Советской власти большинством рабочих и крестьян
создание хорошо организованной и дисциплинированной Красной Армии
лучшее по сравнению с белым движением материально-техническое обеспечение Красной Армии
#организующая и руководящая роль партии
поддержка частной собственности и легализация свободного рынка

Суть Карибского кризиса в 1962 г.
столкновение советских и американских военных кораблей в Карибском море

*угроза военного конфликта между СССР и США по причине передачи Кубе советских ракет
американская интервенция против Кубы в заливе Кочинос
размещение США ядерных ракет на эсминце «Карибы» вблизи границ СССР

II Съезд Советов в октябре 1917 года принял ...

#Декрет о мире

#Декрет о земле

Декларацию прав народов России

решение об отмене смертной казни

Дата начала Второй мировой войны

25 октября 1917 г.

*1 сентября 1939 г.

1 августа 1914 г.

11 ноября 1918 г.

Когда началась Великая Отечественная война?

1 сентября 1939 г.

*22 июня 1941 г.

1 сентября 1940 г.

19 июля 1940 г.

Когда закончилась Вторая мировая война?

1 сентября 1939 г.

22 июня 1941 г.

1 сентября 1940 г.

*2 сентября 1945 г.

С началом «холодной войны» связано...

создание Европейского Союза

*создание военно-политических блоков ОВД и НАТО

ропуск Коминтерна

депортация

В каком году Х. Колумб открыл Америку?

1614 г.

*1492 г.

1861 г.

1700 г.

Нормативный правовой акт, который установил бессрочный сыск беглых крестьян, провозгласил неограниченное право феодалов эксплуатировать и наказывать крестьян и ввел крепостное право, назывался...

Свод законов Российской империи 1832 г.

Судебник 1550 г.

*Соборное Уложение 1649 г.

Судебник 1497 г.

Кто был избран первым президентом Российской Федерации в 1991 г.?

К.У. Черненко

А.А. Громыко

*Б.Н. Ельцин
М.С. Горбачев

Начало Перестройки в 1985 г. и гласности принято связывать с именем...
К.У. Черненко
А.А. Громыко
Б.Н. Ельцин
*М.С. Горбачев

Первый и единственный Президент СССР:
К.У. Черненко
А.А. Громыко
Б.Н. Ельцин
*М.С. Горбачев

Договор о роспуске СССР был подписан ...
12 июня 1990 г. в Москве
23 апреля 1991 г. на правительственной даче в Ново-Огарёве
19 августа 1991 г. в Москве
*8 декабря 1991 г. в Беловежской пуще

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Темы рефератов и презентаций

Студенты самостоятельно готовят рефераты по персоналии всемирной истории или истории России.

В подготовленных рефератах студенты должны обратить внимание на ряд аспектов:

- характеристику эпохи, связанной с деятельностью;
- студенты должны максимально полно осветить основные вехи биографии деятелей;
- раскрыть содержание деятельности и влияние на развитие страны (региона);
- дать оценку деятелю исследователями.

Проверяемая компетенция:

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
------	--

Примерная тематика рефератов по персоналии всемирной истории или истории России

1. Княгиня Ольга
2. Князь Святослав
3. Владимир I Святой
4. Политика Александра Невского
5. Иван Калита и возвышение Москвы
6. Сергей Радонежский
7. Дмитрий Донской
8. Иван III и образование Московского государства
9. Алексей Михайлович
10. Реформаторская деятельность Петра Великого
11. А.Д. Меншиков
12. Екатерина I
13. Императрица Елизавета Петровна
14. Екатерина Великая – личность и судьба
15. А.В. Суворов
16. Ф.Ф. Ушаков
17. М.И. Кутузов
18. Сперанский М.М. – жизнь и судьба реформатора
19. П.С. Нахимов
20. С.Ю. Витте – портрет русского реформатора
21. П.А. Столыпин и программа модернизации России
22. В.И. Ленин: политический портрет
23. Ф.Ф. Дзержинский
24. И.В. Сталин
25. Г.К. Жуков
26. Н.С. Хрущев как политический деятель
27. Политический портрет Л.И. Брежнева
28. А.Н. Косыгин
29. А.А. Громыко

Шкала оценивания презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2-х профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
Оформление	Не использованы технологии	Использованы технологии	Использованы технологии	Широко использованы технологии (PowerPoint).

	PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений.	Нет ответов на вопросы.
Итоговая оценка				

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»**, **«не зачтено»**.

Проверяемая компетенция:

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
------	--

Вопросы к зачету:

1. Периодизация всемирной и российской истории.
2. Первобытная эпоха: особенности преистории, современные научные подходы к проблеме антропогенеза.
3. Цивилизации Древнего Востока: хронология, общее и особенное, достижения и вклад в мировую культуру.
4. Феномен античности. «Архаическая революция» и основные особенности античной цивилизации.
5. Древняя Греция и Древний Рим: основные этапы исторического пути, достижения, вклад в мировую культуру.
6. Образование Древнерусского государства.
7. Киевская Русь в X – XI вв.
8. Государственная раздробленность на Руси, её причины, сущность и последствия.
9. Принятие христианства и его значение для исторического развития России.
10. Борьба народов Руси с иноземными завоевателями в XIII в.
11. Начало объединения русских земель вокруг Москвы. Куликовская битва.
12. Создание Российского государства при Иване III и Василии III.
13. Внутренняя политика Ивана IV Грозного: реформы, опричнина.
14. Внешняя политика Ивана IV Грозного: задачи, основные направления, результаты.
15. «Смутное время» на Руси (конец XVI – начало XVII вв.), его причины, сущность и последствия.

16. Социально-экономическое и политическое развитие страны при первых Романовых.
17. Реформы Петра I.
18. Северная война и военные реформы Петра I. Образование Российской империи.
19. Россия в 1725 – 1762 гг. Эпоха «дворцовых переворотов», её сущность и особенности.
20. Внутренняя политика Екатерины II.
21. Внутренняя и внешняя политика России при Павле I.
22. Внутренняя политика Александра I. Попытки реформ и причины их неудач.
23. Отечественная война 1812 г.
24. Движение декабристов и его место в истории России.
25. Правление Николая I: политическая реакция и реформы.
26. Идеино-теоретическая борьба в России в первой трети XIX в. Западники и славянофилы.
27. Отмена крепостного права в России. Содержание крестьянской реформы.
28. Реформы 60-70-х гг. XIX в. и их результаты для последующего развития России.
29. Россия в период правления Александра III.
30. Народничество в России: теоретические взгляды и практическая деятельность.
31. Противоречивость социально-экономического развития России на рубеже XIX- XX вв. Реформы С.Ю. Витте.
32. Русско-японская война 1904 – 1905 гг.
33. Первая русская революция 1905 – 1907 гг. Её итоги и уроки.
34. Столыпинская политика модернизации, её цели, сущность, результаты.
35. Февральская революция 1917 г. Установление двоевластия в стране.
36. Общенациональный кризис осени 1917 г. Падение Временного правительства и приход к власти большевиков.
37. Гражданская война – национальная трагедия России.
38. Социально-экономическая жизнь страны в 1918 – 1920 гг.: политика «военного коммунизма».
39. Кризис 1920 – 1921 гг., переход к Новой экономической политике, её сущность и судьба.
40. Политическая борьба в партии большевиков в 1920 – 30-е гг. Установление режима личной власти В.И. Сталина.
41. Индустриализация страны: планы и результаты.
42. Коллективизация в СССР: цели, методы правления, последствия.
43. Внешняя политика СССР в 1920 – 30-е гг.
44. Великая Отечественная война советского народа: этапы, характер боевых действий, итоги.
45. Советское общество в первые послевоенные годы.
46. СССР в период «оттепели». Попытки преобразований в социально-экономической сфере и причины их неудач.
47. Советское общество во второй половине 60-х – середине 70-х гг. Попытки экономических реформ 60-х годов, их итоги.
48. Усиление кризисных явлений в стране в 70-х – начале 80-х гг.
49. СССР в годы Перестройки (1985 – 1991).
50. Политический и экономический кризис в стране в конце 80-х – начале 90-х гг. Распад СССР.
51. Российское государство на современном этапе

Критерии и шкала оценивания компетенций

Баллы (рейтинговая оценка); % от максимальной суммы баллов, установленной при сложении баллов за все выполняемые в течение семестра задания и работы	Оценка	Требования к знаниям
80-100%	Зачтено (отлично) (уровень высокий)	<ul style="list-style-type: none"> - изложено правильное понимание вопросов, содержание вопросов раскрыто полно, профессионально, грамотно, ответы изложены литературным языком, логичны, доказательны - усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, - показано всестороннее систематическое знание учебного материала, - ответы даны четкие, исчерпывающие и самостоятельные - проявлено умение анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное: устанавливать причинно-следственные связи
60-79%	Зачтено(хорошо) (уровень продвинутой)	<ul style="list-style-type: none"> - показано правильное понимание вопроса, - дано достаточно подробное описание предмета вопроса, - приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия дисциплины, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет, отсутствуют существенные неточности; или ошибки несущественные - обнаружено полное знание учебного материала, - показан систематический характер знаний по дисциплине - в ответах прослеживается четкая структура, логическая последовательность - ответы излагаются литературным языком
40-59%	Зачтено (удовлетворительно) (уровень пороговый)	<ul style="list-style-type: none"> - обнаружено знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, - допущены неточности в ответе и при выполнении заданий, устранённые под руководством преподавателя, или допускаются 1-2 ошибки по существу вопросов - проявляются затруднения в определении существенных причинно-следственных связей - ответы недостаточно полные и недостаточно развернутые, или недостаточно логичные - в ответах отсутствуют выводы - речевое оформление требует поправок, коррекции
менее 40%	Не зачтено (неудовлетворительно)	<ul style="list-style-type: none"> - обнаружены существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, - допущены принципиальные ошибки в выполнении заданий; - фрагментарность, нелогичность изложения, представлены разрозненные знания - отсутствуют выводы, речь неграмотная - или даны ответы, не соответствующие вопросам или заданиям

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Используются средства контроля качества обученности различных уровней: диагностирующие, текущие, рубежные (промежуточная аттестация).

Диагностирующие средства имеют целью определение начального уровня знаний, умений и навыков, на базе которых формируются компетенции дисциплины. Сформированный уровень знаний студентов определяется на основе индивидуального устного собеседования. На основе входящего контроля корректируются учебно-методические материалы, методы организации аудиторной и самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения студентов в изучении дисциплины и диагностировать затруднения в изучении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы текущего контроля - тесты, контрольные работы, мониторинг результатов семинарских занятий. Планирование текущего контроля неразрывно связано с планированием аудиторной и самостоятельной работы студентов и играет важную роль в обеспечении компетентностной направленности обучения. Результаты самостоятельной работы студентов проверяются в ходе тестирования, устных собеседований.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. К формам контроля по дисциплине относится зачет. Зачет по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. По итогам зачета выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Все виды текущего и рубежного контроля осуществляются на практических занятиях. Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих компонентах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка преподавателем, самооценка студента, оценка по результатам обсуждения в группе.
3. Единство используемой технологии для всех студентов, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Зуев М. Н. История России [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / М. Н. Зуев, 2019. - 1 on-line, 545 с. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

2. История России XX- начала XXI в. [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата / С. А. Саркисян [и др.]; под ред. Д. О. Чуракова, С. А. Саркисяна, 2019. - 1 on-line, 336 с. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

1. История России [Текст]: [учеб. пособие] / [В. И. Гальцов [и др.]; под общ. ред. А. А. Кузнецова, 2009. - 416 с. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

2. Фортунатов В. В. История [Текст]: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов] / В. В. Фортунатов, 2012. - 462, [1] с. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

7.3. Литература для самостоятельной работы

Алаев Л.Б. История Индии: учеб. для вузов. М.: Дрофа, 2010. - 541, [1] с.: ил., фото. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 524-527. - ISBN 978-5-358-04667-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Алаев Л.Б. История Индии: учеб. для вузов. М.: Дрофа, 2010. - 541, [1] с.: ил., фото. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 524-527. - ISBN 978-5-358-04667-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94А 450

Алаев, Л.Б. История Востока с древнейших времен до начала XX века. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Красанд, 2014. - 366 с. - Библиогр.: с. 351-366. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Арзаканян М.Ц. История Франции: Учебник. М., 2005. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 93А 809

Барт, А. Религии Индии. Ведийские религии. Брахманизм. Буддизм. Джайнизм. Индуизм. М.: Либроком; Москва: УРСС, 2014. - VIII, 337, [1] с. - (Академия фундаментальных исследований: мифология, религия, атеизм). - Текст старорус. - ISBN 978-5-397-04437-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Бокщанин А.А. История Китая. Древность, средневековье, новое время. М.: Вост. лит. РАН, 2010. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Будда. Конфуций. Савонарола. Торквемада. Лойола. СПб.: ЛИО Редактор: Нар. правда, 1993. - 367 с.: ил. - (Жизнь замечательных людей). Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Ванина, Е.Ю. Индия: история в истории. М.: Наука-Вост. лит., 2014. - 343 с.: ил., портр. - Библиогр.: с. 303-329. - Указ. имен: с. 330-341. - ISBN 978-5-02-036563-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Ванина, Е.Ю. Индия: история в истории. М.: Наука-Вост. лит., 2014. - 343 с.: ил., портр.. - Библиогр.: с. 303-329. - Указ. имен: с. 330-341. - ISBN 978-5-02-036563-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.1. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)

Васильев Л.С. История Востока: Учебник для студ. вузов: в 2-х т. Т.2. М., 2001. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)

Васильев Л.С. История религий Востока. М., 2000. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, НА(1)

Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з. N4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 1: Древний мир / отв. ред.: В.А. Головина, В.И. Уколова. - 821, [1] с., [26] л. ил.: портр., карты. - Библиогр.: с. 786-799. - Указ.: с. 800-819. - ISBN 978-5-02-036726-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з. N4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з. N4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 4: Мир в XVIII веке / отв. ред. С.Я. Карп. - 2013. - 786, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.. - Библиогр.: с. 715-735. - Указ. имен: с. 736-779. - ISBN 978-5-02-038037-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з. N4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 5: Мир в XIX веке: на пути к индустриальной цивилизации / отв. ред. В.С. Мирзеханов. - 2014. - 939, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.). - Библиогр.: с. 877-894. - Указ. имен и геогр. назв.: с. 895-937. - ISBN 978-5-02-038057-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з. N4(1)

Горохов, С.А. Религии народов мира: учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2016. - 421, [1] с.: табл. - (Бакалавриат). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-406-03231-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

Гране М. Китайская цивилизация. М., 2008. - ISBN 978-5-9265-0541-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

Гуляев, В.И. Шумер. Вавилон. Ассирия. 5000 лет истории: учебное пособие. М.: Алетей, 2004. - 437 с.: ил. - Библиогр.: с.420. - ISBN 5-89321-112-X. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

Дандамаев, М.А. Месопотамия и Иран в VII-IV вв. до н.э. Социальные институты и идеология. СПб.: СПбГУ, 2009. - 511 с.: ил., [1] л. портр. - Указ.: с. 493-508. - Библиогр.: с. 456-492. - ISBN 978-5-8465-0834-7. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

Дейноров Э. История Японии. М.: АСТ, 2008.- 767 с. - Библиогр.: с. 762-763 (25 назв.). - ISBN 978-5-17-053840-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

Дейноров Э. История Японии. М.: АСТ, 2008.- 767 с. - Библиогр.: с. 762-763 (25 назв.). - ISBN 978-5-17-053840-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1) 94Д 279

Индуизм. От А до Я. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. - 315, [5] с. - (Мировая культура). - Библиогр.: с.296-300. - ISBN 978-5-17-046824-9. - ISBN 978-5-478-00726-3. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(1)

История Востока: в 6 т. Т. 2. Восток в Средние века. М., 1995. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(2)

История Востока: в 6 т. Т. 3. Восток на рубеже средневековья и нового времени XVI - XVIII вв. М., 1999. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(3)

История древнего Востока. Зарождение древнейших классовых обществ и первые очаги рабовладельческой цивилизации: в 2 ч. / под ред. И.М. Дьяконова. М.: Наука, 1983. Ч. 1: Месопотамия. - 534 с.: ил., 4 отд. л. карт. - Библиогр. в примеч.: с. 494-514. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: HA(3)

История древнего Востока. От ранних государственных образований до древних империй / под ред. А.В. Седова; редкол. Г.М. Бонгард-Левин (пред.). М.: Вост. лит. РАН,

2004. - 895 с., [14 л. ил.]: ил., карты. - Библиогр.: с. 815-828. - ISBN 5-02-018388-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3)
- История древнего мира: [в 3 кн.] / под ред. И.М. Дьяконова. - 3-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1989. Кн. 2: Расцвет древних обществ / И. Дьяконов, В. Якобсон, Н. Янковская; отв. ред. И.С. Свенцицкая. - 571 с.: ил., карт. - ISBN 5-02-016781-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(2)
- История Древнего мира: энциклопедия / научно-ред. совет А.О. Чубарьян. М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2004. - 638 с.: ил. - («Руссика». Иллюстрированная энциклопедия). - ISBN 5-94849-302-4. - ISBN 5-94849-551-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Древней Греции: учеб. пособие для вузов / под ред. В.И. Кузицина. - 3-е изд., стер. М.: Академия, 2011. - 469, [1] с. - Библиогр.: с. 456-466. - ISBN 978-5-7695-7746-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: УБ(40)
- История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 2: Средневековая Европа. 1992. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907
- История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 3: От средневековья к новому времени (конец XV - первая половина XVII в.). 1993. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907
- История Европы с древнейших времен до наших дней: В 8 т. / гл. ред. А.О. Чубарьян. М.: Наука. Т. 4: Европа нового времени (XVII - XVIII вв.). 1994. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(3) 93И 907
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 1: Древнейшая и древняя история (по археологическим данным). От палеолита до V в. до н. э. / отв. ред. А.П. Деревянко. - 2016. - 974, [1], [18] л. ил. с. - Библиогр.: с. 930-948. - ISBN 978-5-02-036576-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 2: Эпоха Чжаньго, Цинь и Хань (V в. до н. э. - III в. н. э.) / отв. ред. Л.С. Переломов. - 2016. - 687, [1], [12] л. ил. с. - Библиогр.: с. 651-671. - ISBN 978-5-02-039775-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 3: Троецарствие, Цзинь, Южные и Северные династии, Суй, Тан (220-907) / отв. ред. И.Ф. Попова, М.Е. Кравцова. 2014. - 991, [1], [14] л. ил. с. - Библиогр.: с. 907-928. - ISBN 978-5-02-036565-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 4: Период Пяти династий, империя Сун, государства Ляо, Цзинь, Си Ся (907-1279) / отв. ред. И.Ф. Попова. 2016. - [18] л. ил. - Библиогр.: с. 841-853. - Указ. имен: с. 854-880. - ISBN 978-5-02-039761-3. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука-Вост. лит. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 5: Династии Юань и Мин (1279-1644) / отв. ред.: А.Ш. Кадырбаев, А.А. Бокщанин. 2016. - 678 с.: ил.; [18] л. ил. - Библиогр.: с. 930-949. - Указ.: с. 950-965. - ISBN 978-5-02-039763-7. 800 экз. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- История Китая с древнейших времен до начала XXI века: в 10 т. / гл. ред. С.Л. Тихвинский. М.: Наука; М.: Вост. лит., 2014. - ISBN 978-5-02-036530-8. Т. 6: Династия Цин (1644-1911) / отв. ред. О.Е. Непомнин. 2014. - 886, [2], [12] л. ил. с. - Библиогр.: с. 818-836. - ISBN 978-5-02-036562-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

- История Японии / Н.Ф. Лещенко; под ред. Д.В. Стрельцова. М.: Аспект-Пресс, 2015. - 557, [2] с. - Библиогр.: с. 552-558. - ISBN 978-5-7567-0794-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94И 907
- Ключков, И.С. Духовная культура Вавилонии: человек, судьба, время: очерки. М.: Наука, 1983. - 207 с. - Библиогр. в примеч.: с. 153-193. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Конфуцианство. Даосизм. От А до Я. М., 2007. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Конфуций. Суждения и беседы. СПб.: Кристалл, 2001. - 191 с. Библиогр.: с. 190. - ISBN 5-306-00113-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Крамер, А.В. Раскол русской Церкви в середине XVII века. СПб.: Алетейя, 2011. - 367 с. - ISBN 978-5-91419-452-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Кузищин, В.И. История Древнего Востока: учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академия, 2010. - 381, [1] с.: карты. - Библиогр.: с. 376-377. - ISBN 978-5-7695-6794-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: УБ(40)
- Кузищин, В.И. История Древнего Рима: учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академия, 2010. - 446, [1] с.: портр. - Библиогр.: с. 438-443. - ISBN 978-5-7695-6795-7. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: УБ(40)
- Ландау, А. Краткая история Японии. М.: Энциклопедия-ру, 2017. - 638, [2] с. - ISBN 978-5-9905652 -6-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Мак-Клейн Дж. Л. Япония. От сёгуната Токугавы – в XXI век. М.: АСТ: Астрель, 2011. - 895 с., [16] л. ил., карт. - Библиогр. в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-17-037223-2. - ISBN 978-5-271-14015-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94М 150
- Оппенгейм, А.Л. Древняя Месопотамия: Портрет погибшей цивилизации. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1990. - 317, [2] с. - Библиогр. в примеч.: с. 269-296. - Указ. имен: с. 316-318. - ISBN 5-02-016582-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Паскаль, П. Протопоп Аввакум и начало раскола. - 2-е изд., испр. М.: Яз. славян. культуры; Рукоп. памятники Древней Руси, 2016. - 680 с.: ил. - Библиогр.: с. 623-640. - Указ. имен: с. 641-680. - ISBN 978-5-94457-256-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Пасков С.С. Япония в раннее Средневековье, VII-XII века: истор. очерки. 2-е изд. М.: Кн. Дом ЛИБРОКОМ, 2011.- 194, [1] с. - (Академия фундаментальных исследований: история). - Библиогр.: с. 168-184 (471 назв.). - Указ. имен: с. 189-194. - ISBN 978-5-397-02013-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94П 192
- Перепелкин, Ю.Я. История Древнего Египта. СПб.: Летний сад, 2001. - 608 с.: ил. - ISBN 5-87516-177-9. - ISBN 5-89740-011-3. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Петросян, Ю.А. Османская империя. М.: Эксмо: Алгоритм, 2003. - 415 с. - Библиогр.: с.400-414. - ISBN 5-699-02432-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 93П 311
- Садаев, Д.Ч. История древней Ассирии. М.: Наука, 1979. - 247 с. - Библиогр.: с. 243-245. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Снесарев А.Е. Невероятная Индия: религии, касты, обычаи. М.: Ломоносовъ, 2012. 185, [2] с.: ил. - Библиогр. в примеч.: с. 170-185. - ISBN 978-5-91678-109-0. 39С 533. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Тураев, Б.А. Древний Египет: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2007. - 519 с.: ил., [1] л. портр. - Библиогр.: с. 491-494. - Указ.: с. 495-518. - ISBN 978-5-06-005141-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Уилер, М. Древний Индостан. Раннеиндийская цивилизация. М.: Центрполиграф, 2005. - 206, [2] с., [20] л. ил. - ISBN 5-9524-1762-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

- Ферро М. История. М.: Весь мир, 2015. - 830 с.: карты. - ISBN 978-5-7777-0552-5. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Финкель, К. История Османской империи. Видение Османа. М.: АСТ, 2012. - 829, [2] с., [8] л. ил., портр.: карты. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-17-043651-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1) 94Ф 598
- Хани, Г. Японская империя. История страны самураев. М.: Алгоритм, 2014. - 285, ил. с. - (Величайшие империи человечества). - ISBN 978-5-4438-0589-4. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)
- Широкорад, А.Б. Взлет и падение Османской империи. М.: Вече, 2012. - 399, [8] л. ил. портр. с.: ил., карты, портр. - (Рождение и гибель великих цивилизаций). - Библиогр.: с. 394-398. - ISBN 978-5-9533-5687-9. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Методы обучения с использованием информационных технологий: программа контроля знаний на университетском портале тестирования, дистанционные формы обучения на образовательной платформе Moodle.

Чтение лекций с использованием мультимедийных презентаций.

Информационные справочные ресурсы:

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU(НЭБ). URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- «Национальная электронная библиотека» (НЭБ). URL: <https://нэб.рф/>;
- ЭБС Кантиана. URL: <http://lib.kantiana.ru/>;
- <https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=132> – страница курса «История» на портале электронных образовательных ресурсов БФУ им. И. Канта;
- <http://www.vostlit.narod.ru/> - «Восточная литература: средневековые исторические источники Востока и Запада»;
- <https://www.peoples.ru/state/king/> - словарь правителей;
- <http://www.hrono.ru/index.php> - всемирная история в Интернете;
- <http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/index.html> - исторические источники на русском языке (Электронная библиотека Исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В учебном плане по дисциплине «История» значительная часть времени отводится на самостоятельную работу студентов. Самостоятельная работа содействует более глубокому усвоению изучаемого курса, формированию навыков исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике. Самостоятельная работа должна носить систематический характер.

Самостоятельная работа ведется по следующим основным направлениям:

- подготовка к практическим занятиям;
- расширение знаний по предмету за счет самостоятельной проработки дополнительной литературы по предмету;
- подготовка реферата.

Самостоятельная работа требует много времени, поэтому планы практических занятий и задания для самостоятельной работы выдаются преподавателем в самом начале изучения дисциплины, одновременно устанавливаются сроки проведения практических заданий, даты контроля самостоятельного изучения различных тем, срок сдачи конспекта монографии (статьи) и проведения итогового контроля.

При подготовке к практическим занятиям студенты обязаны изучить основную рекомендованную литературу по теме, составить конспекты учебной и специальной литературы, систематизировать собранный материал, выполнить задания, содержащиеся в

планах практических занятий (выполнение каждого задания проверяется преподавателем путем просмотра конспектов).

Каждый студент обязан активно и творчески продумать содержание ответов на все вопросы, выносимые на занятия. Выступление на практическом занятии должно быть рассчитано на 10-12 минут. На занятиях нужно внимательно следить за выступлениями однокурсников, ставить неясные вопросы на обсуждение группы, обращаться за разъяснением к преподавателю, делать дополнительные записи в тетради. Внимательное прослушивание выступающих на практическом занятии дает возможность, опираясь на изученный материал, определить, достаточно ли глубоко изложен вопрос, показано ли его значение в современных условиях, не допущены ли неточности при его освещении. Затем следует выступить и дополнить сообщения товарищей, уточнить те или иные положения, поставить новые вопросы. В этом случае на практическом занятии может развернуться дискуссия, споры по обсуждаемой теме.

Выступления желательно сопровождать наглядным материалом или компьютерными презентациями. Выступление – это серьезная, хотя и небольшая по объему научная работа студента. При подготовке к практическим занятиям необходимо уметь пользоваться справочной и научной литературой, имеющейся в библиотеках; по мере необходимости следует обращаться за консультациями к преподавателю, библиографам.

На практическом занятии следует избегать выступления по написанному тексту. Важно самостоятельно формулировать мысли, свободно оперировать данными (фактами, цифрами). Выступление по конспекту, плану, а то и без них прививает не только умение излагать материал своими словами, но и вырабатывает навыки публичного выступления.

Активно мыслить на практическом занятии должны не только выступающие, но и все его участники. Главное – активное обсуждение вопросов, которые выносятся на занятие.

Конспектирование монографии или научной статьи предполагает их внимательное прочтение, написание реферата (конспекта), в котором необходимо изложить не только содержание прочитанной работы, но и аргументированные выводы по проблемам, которые рассматриваются в работе.

При конспектировании надо выработать в умение отбирать материал, находить такие формулировки, которые при максимальной краткости достаточно полно и точно передавали бы суть источника. Очень важно, чтобы записи последовательно охватывали основные вопросы изучаемого источника. Названия глав или разделов, важнейшие положения и выводы следует выделять – писать крупнее или подчеркивать. Цитаты надо непременно заключить в кавычки и сопроводить ссылкой на источник. При этом нельзя допускать бессистемное конспектирование, неумение выделять в прочитанном главное, основное, определяющее. Не следует также делать конспект слишком подробным, почти дословным. Громоздкая запись дает мало пользы. В ней нередко с трудом способен разобраться сам студент. Неправильным будет делать и слишком краткую запись. Такой подход неизбежно приведет к тому, что в конспекте упускается важное, подчас – главное. Непростительна в конспектировании и неряшливость: неграмотные формулировки, неточные цитаты, небрежное оформление. С течением времени такой конспект становится для автора малопонятным. В процессе чтения полезно обращаться к справочной литературе: уточнить толкование того или иного термина в энциклопедии, словаре. Не следует оставлять без выяснения ни единого непонятого слова.

Конспектирование должно осуществляться студентом самостоятельно. Заимствование чужих конспектов никакой пользы не дает. Просмотр собственных конспектов позволяет студентам быстро восстанавливать в памяти содержание источника. Конспекты надо хранить. Они понадобятся не только при подготовке к семинарам, но и на старших курсах, а также в дальнейшей практической работе.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при проведении итогового контроля (зачёт с оценкой). При этом проводятся:

тестирование, экспресс-опрос на практических занятиях, проверка письменных работ и т.д.

Работа на лекции. Лучший способ понять и запомнить услышанное на лекции, – кратко изложить ее содержание на бумаге. Записи того или иного студента – дело индивидуальное, оно не может носить шаблонный характер, как и организация всей самостоятельной работы обучающегося. Тот, кто запоминает быстро и легко усваивает материал, может обходиться более краткими записями. У кого память развита хуже и понимание затруднено, тот вынужден делать записи более подробные, развернутые.

Конспектирование лекции может принести максимальную пользу лишь в том случае, если студент внимательно слушает преподавателя и проявляет сознательную самодисциплину. Запись лекции следует делать кратко и фиксировать только самое существенное. Не надо стремиться записывать дословно все, что рассказывает лектор. Иногда студенты, намереваясь это делать, теряют нить излагаемых вопросов, путаются и искажают саму суть услышанного. Необходимо иметь в виду, что преподаватель, как правило, стремится облегчить слушание и конспектирование лекции. В той или иной форме он подчеркивает или повторяет наиболее важные мысли, делает паузы и т. д. Следует стремиться полностью и точно записывать обобщающие положения и выводы по каждому освещаемому вопросу.

При записи лекций очень помогает система сокращения слов, фраз. Как правило, студенты сами выбирают или изобретают такую систему и часто пользуются ею на занятиях. Для удобства работы в тетради обязательно надо оставлять поля, чтобы потом делать на них пометки, вносить дополнения из учебной и научной литературы.

После лекции необходимо доработать свои записи, отредактировать текст, уточнить отдельные положения и факты. Закрепление содержания лекции, доработка ее записи способствуют более прочному запоминанию, систематизации знаний. Опыт работы на лекции приобретает сравнительно быстро, если студент прилагает необходимые усилия и старание.

Одной из важных форм помощи студентам являются *консультации*. Они помогают студенту организовать работу, дают возможность более глубоко изучить те или иные источники, разобраться во всех неясных вопросах. Кроме того, на консультациях преподаватель осуществляет контроль, проверяет качество конспектов.

Заключительным этапом изучения дисциплины «История» является *подготовка к зачёту с оценкой*.

Ответы на зачете должны быть конкретными, содержательными и исчерпывающими. Следует избегать общих рассуждений, подхода «издалека». Четкость и ясность изложения являются показателями прочных знаний, глубокого понимания проблем и умения выразить свои мысли. Зачёт по «Истории» проводится устно.

Методические рекомендации для проведения занятий семинарского типа

Древняя Русь. Русь в XIII–XV вв.

1. Образование Древнерусского государства.
2. Политическая раздробленность Древнерусского государства.
3. Объединение русских земель. Геополитическое положение Москвы и причины ее возвышения.
4. Создание Московского государства. Внутренняя и внешняя политика Ивана III.

Источники и литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / Therearecopiesindepartments: ч.з.Н4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: ч.з.Н4(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)

Развитие Российского государства в XVI – XVII вв.

1. Внутренняя политика Ивана Грозного. Опричнина.
2. Внешняя политика Ивана Грозного: основные направления.
3. Смутное время: причины возникновения, основные события, итоги.
4. Правление Михаила Федоровича Романова.
5. Внутренняя и внешняя политика правительства Алексея Михайловича.

Литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: В 6 т. / под ред. А.О. Чубарьяна. М., 2012. Т. 2. Средневековые цивилизации Запада и Востока. М., 2012. Имеются экземпляры в отделах / Therearecopiesindepartments: ч.з.Н4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: ч.з.Н4(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)

Крамер, А.В. Раскол русской Церкви в середине XVII века. СПб.: Алетейя, 2011. - 367 с. - ISBN 978-5-91419-452-6. Имеются экземпляры в отделах / Therearecopiesindepartments: НА(1)

Паскаль, П. Протопоп Аввакум и начало раскола. - 2-е изд., испр. М.: Яз. славян. культуры; Рукоп. памятники Древней Руси, 2016. - 680 с.: ил. - Библиогр.: с. 623-640. - Указ. имен: с. 641-680. - ISBN 978-5-94457-256-1. Имеютсяэкземплярывотделах / There are copies in departments: НА(1)

Российская империя в первой половине XVIII в.

1. Реформы Петра I в области государственного управления. Табель о рангах.
2. Реформы Петра I в области экономики.
3. Военные реформы Петра I.
4. Реформы Петра I в области культуры и просвещения.
5. Внешняя политика Петра I: цели и направления.
6. Северная война 1700 – 1721 гг.: основные сражения. Ништадтский мир 1721 г. и его итоги.

Литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с. 790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 4: Мир в XVIII веке / отв. ред. С.Я. Карп. - 2013. - 786, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.. - Библиогр.: с. 715-735. - Указ. имен: с. 736-779. - ISBN 978-5-02-038037-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Российская империя во второй половине XVIII в.

1. Внутренняя политика Екатерины II: основные направления.
2. Внешняя политика Екатерины II: направления и результаты.

Литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 3: Мир в раннее Новое время / отв. ред.: В.А. Ведюшкин, М.А. Юсим. - 2013. - 853, [1], [16] л. ил. с.: ил., карты, портр. - Библиогр.: с.

790-806. - Указ. имен: с. 807-850. - ISBN 978-5-02-038035-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 4: Мир в XVIII веке / отв. ред. С.Я. Карп. - 2013. - 786, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.. - Библиогр.: с. 715-735. - Указ. имен: с. 736-779. - ISBN 978-5-02-038037-0. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Развитие Российской империи в первой половине XIX в.

1. Попытки реформ Александра I и причины их неудач.
2. Внутренняя политика Николая I.

Литература:

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 5: Мир в XIX веке: на пути к индустриальной цивилизации / отв. ред. В.С. Мирзеханов. - 2014. - 939, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.). - Библиогр.: с. 877-894. - Указ. имен и геогр. назв.: с. 895-937. - ISBN 978-5-02-038057-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Российская империя во второй половине XIX в.

1. Буржуазные реформы 1860-70-х гг. в правление Александра II.
2. Контрреформы Александра III.

Литература:

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Всемирная история: в 6 т.; гл. редкол.: А.О. Чубарьян (гл. ред.) и [и др.]. М.: Наука, 2011 - 2018. - ISBN 978-5-02-036725-8. Т. 5: Мир в XIX веке: на пути к индустриальной цивилизации / отв. ред. В.С. Мирзеханов. - 2014. - 939, [1], [8] л. ил. с.: ил., карты, портр.). - Библиогр.: с. 877-894. - Указ. имен и геогр. назв.: с. 895-937. - ISBN 978-5-02-038057-8. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ч.з.№4(1)

Павленко, Н.И. История России с древнейших времен до 1861 года: учеб. для бакалавров. - 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. - 712 с., [8] л. карт. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 704-712. - ISBN 978-5-9916-1956-1. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

Великая Отечественная война

1. Этапы Великой Отечественной войны. Крупнейшие военные операции войны.
2. Советский тыл в годы войны. Партизанская война.
3. Потсдамская конференция и итоги войны.

Литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

СССР в 1945 – 1985 гг.

1. СССР в первые послевоенные годы (1945-1953 гг.). Политическое, социально-экономическое развитие. Внешняя политика.
2. Реформы Н.С. Хрущева. (1953-1964 гг.). Оттепель.
3. Правление Л.И. Брежнева.
4. Развитие СССР в 1982 – 1985 гг.
5. Направления внешней политики в 1964– 1985 гг.

Литература

Фортунатов, В.В. История: [учеб. пособие для бакалавров и специалистов]. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 462, [1] с.: ил. - (Учебное пособие). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр. в конце гл. и с. 463. - ISBN 978-5-459-00632-2. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: всего / all 48: УБ(47), ч.з.№1(1)

Фортунатов, В.В. История мировых цивилизаций История мировых цивилизаций. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 527, [1] с.: ил., [16] л. цв. фот. - Библиогр.: с. 521-528 (160 назв.) и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-49807-315-6. Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: НА(1)

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows 7,
Microsoft Office Standart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Коммерческая деятельность»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ».....	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	6
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	7
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	8
4.2. Тематика практических занятий.....	10
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	12
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	13
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	16
6.3.1 Тестовые задания	16
6.3.2 Тренинг	68
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	69
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	73
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	73
7.1. Основная учебная литература.....	73
7.2. Дополнительная учебная литература.....	73
7.3. Для самостоятельной работы.....	74
7.4. Нормативные документы	74
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	74
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	75

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	80
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	80

**Наименование дисциплины (модуля)
«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Коммерческая деятельность» является формирование представления об основных процессах коммерческой деятельности, особенностях использования инструментов Коммерческой деятельности; приобретение теоретических знаний и практических навыков коммерческой деятельности.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту и сбытовую политику организации; - понятие, содержание, принципы, структуру, задачи, формы, оптовой торговли, а так же услуги оптовой торговли; - функционирование и роль в продажах товарных бирж, аукционов, выставок, ярмарок; - понятие электронной коммерции (ЭК), этапы ее становления и развития, а так же составляющие и процессы ЭК; - типы посредников в ЭК; - факторы влияющие на развитие ЭК; - особенности и принципы коммерческой деятельности производственного предприятия; - структуру и организацию управления коммерческой деятельностью производственного предприятия; - материально-техническое обеспечение производственного предприятия в контексте коммерческой работы; - сущность коммерческой деятельности при выходе на внешний рынок, факторы влияющие на процессы внешнеэкономической коммерческой деятельности; - деятельность Всемирной Торговой Организации (ВТО), современные тенденции взаимодействия России с ВТО, правила ВТО; - классификацию посредников, их роль и место на рынке; - о деятельности торговых домов, их роль на рынке; - значение розничной торговли, ее природу и особенности; - типы розничных торговых предприятий, 	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>способы классификации предприятий розничной торговли, формы продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> - форматы магазинов, их группировки; - функционирование торговых сетей; - основы мерчандайзинга как искусство сбыта; - услуги розничной торговли; 		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать коммерческие связи и выбирать поставщика; - составлять конкурентные листы; - планировать и организовывать коммерческую деятельность по сбыту; - совершенствовать систему сбыта; - использовать формы и методы организации сбыта; - разрабатывать публичную оферту; - разрабатывать бюджет материального обеспечения; - создавать проект сайта магазина с соответствующим содержательным наполнением - организовывать договорную работу с посредниками и налаживать коммерческие связи; - управлять запасами; - организовывать товароснабжение; - разрабатывать сбытовую политику. - разрабатывать систему коммерческой работы на производстве; 		
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками взаимодействия с посредниками. 		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и принципы коммерческой деятельности; - субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристики; - формы взаимодействия покупателя и продавца на рынке; - нормативную и правовую базу коммерческой деятельности; - принципы классификации коммерческих сделок и операций по целям торговых операций, по видам товаров и услуг; - особенности классификации внешнеторговых операций; - этапы планирования и организации закупок материальных ресурсов (МР), условия поставки МР; - основные формы расчетов при закупке МР; 	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
- ответственность сторон при закупочной деятельности;		
Уметь: - изучать рынок МР; - определять потребности в МР и оценивать экономическую целесообразность закупок;		
Владеть: - технологией торговой деятельности;		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Коммерческая деятельность» представляет собой дисциплину вариативной части дисциплин(Б1.В.06)подготовки студентов по направлению38.03.02 Менеджмент, профиль «Управление персоналом».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	Коммерческая деятельность	Маркетинговые коммуникации
ОПК-3	Управление брендами		Методы разработки и принятия управленческих решений
ОПК-3	Разработка товарной политики		Управление маркетингом
ОПК-3	Поведение потребителей		Интегрированная логистика
ОПК-3	Управление продажами		Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
ОПК-3			Производственная преддипломная практика
ОПК-3			Выполнение выпускной квалификационной работы
ОПК-3			Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4	Ценообразование в	Коммерческая	Бизнес-планирование

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	маркетинге	деятельность	
ОПК-4	Стратегический маркетинг		Инвестиционный менеджмент
ОПК-4	Менеджмент качества		Производственная преддипломная практика
ОПК-4	Разработка товарной политики		Выполнение выпускной квалификационной работы
ОПК-4	Управление продажами		

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 1 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	167,75
Часов, всего	252
Зачетных единиц, всего	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация

		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Введение в коммерческую деятельность.	18	2	4	2	8	2		
Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций	26	4	8	4	8	2		
Тема 3. Планирование и организация снабжения	26	4	8	4	8	2		
Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту	27	4	8	4	9	2		
Тема 5. Формы и методы торговли	22	4	4	4	8	2		
Тема 6. Посредники на рынке	18	2	4	2	8	2		
Тема 7. Розничная торговля	30	6	8	6	8	2		
Тема 8. Электронная коммерция.	36	2	16	2	14	2		
Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.	16	2	2	2	8	2		
Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности.	32	2	12	2	14	2		
Итого	252	32	74	32	93	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		20	0,25	
Самостоятельная работа	167,75		74		93			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№	Наименование темы	Содержание темы
1	Тема 1. Введение в коммерческую деятельность.	Понятие и принципы коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристики. Формы взаимодействия покупателя и продавца на рынке. Нормативная и правовая база коммерческой деятельности.
2	Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций	Принципы классификации коммерческих сделок и операций. Классификация коммерческих сделок по целям торговых операций, по видам товаров и услуг.

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		Характеристика договоров. Особенности классификации внешнеторговых операций.
3	Тема 3. Планирование и организация снабжения	Технология торговой деятельности. Этапы планирования и организации закупок материальных ресурсов (МР). Изучение рынка материальных ресурсов (МР). Определение потребности в МР и оценка экономической целесообразности закупок. Организация коммерческих связей и выбор поставщика. Составление конкурентных листов. Условия поставки материальных ресурсов (МР). Приемка товара по качеству и количеству. Основные формы расчетов при закупке материальных ресурсов. Ценовая политика, ценовые скидки, ценовые оговорки. Ответственность сторон при закупочной деятельности.
4	Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту	Содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту. Сбытовая политика. Формы и методы организации сбыта. Планирование и организация коммерческой деятельности по сбыту. Совершенствование системы сбыта.
5	Тема 5. Формы и методы торговли	Оптовая торговля – понятие, содержание, принципы, структура, задачи, принципы, формы, услуги оптовой торговли Продажа товаров на оптовых рынках, товарных биржах, аукционах, выставках, ярмарках. Торги как форма соревновательной торговли. Особенности торговли инжиниринговыми услугами и объектами интеллектуальной собственности.
6	Тема 6. Посредники на рынке	Классификация посредников, их роль и место на рынке. Условия работы на рынке простых посредников, поверенных, комиссионеров, консигнаторов, дистрибьюторов, агентов. Торговые дома, их роль на рынке. Договорная работа с посредниками, виды и содержание соглашений принципалов с посредниками. Коммерческие связи, принципы их формирования.
7	Тема 7. Розничная торговля	Значение розничной торговли, ее природа, особенности. Типы розничных торговых предприятий, способы классификации предприятий розничной торговли, формы продаж. Форматы магазинов, их группировки Управление запасами. Организация товароснабжения.

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		Ассортиментная политика. Функционирование торговых сетей. Мерчандайзинг как искусство сбыта. Услуги розничной торговли.
8	Тема 8. Электронная коммерция.	Понятие электронной коммерции (ЭК), этапы становления и развития. Составляющие и процессы ЭК Факторы ценности товара для потребителя в ЭК Способы укрепления связей между потребителями и заказчиками Типы посредников в ЭК Направления действий при внедрении ЭК в продажах Факторы влияющие на развитие ЭК
9	Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.	Особенности и принципы коммерческой деятельности производственного предприятия. Структура и организация управления коммерческой деятельностью производственного предприятия. Функции коммерческой деятельности производственного предприятия Материально-техническое обеспечение производственного предприятия в контексте коммерческой работы
10	Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности	Управление клиентами в продажах. Этапы продаж.

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций	Разработка публичной оферты
2	Тема 3. Планирование и организация снабжения	Разработка бюджета материального обеспечения
3	Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту	Разработка сбытовой политики
4	Тема 5. Формы и методы торговли	Разработка системы деятельности оптового предприятия
5	Тема 6. Посредники на рынке	Разработка положения о работе с посредниками
6	Тема 7. Розничная торговля	Разработка системы деятельности розничного и оптово-розничного предприятия.
7	Тема 8. Электронная коммерция	Создание проекта сайта магазина с соответствующим содержательным наполнением
8	Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.	Разработка системы коммерческой работы на производстве

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
9	Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности	Тренинг поведения покупателя и продавца Презентация этапов продаж

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема 1. Введение в коммерческую деятельность.	Выбор товаров как объекта коммерческой деятельности. Формирование товарного ассортимента. Изучение ГОСТов серии «Торговля...»
2	Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций	Содержание коммерческих операций по торговле продуктами питания. Содержание коммерческих операций по торговле потребительскими товарами кратковременного пользования. Содержание коммерческих операций по торговле потребительскими товарами длительного пользования.
3	Тема 3. Планирование и организация снабжения	Планирование и организация процессов продаж товаров. Исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров. Исследование бизнес-технологий коммерческой деятельности. Организация коммерческих взаиморасчетов.
4	Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту	Подбор поставщиков в процессе организации коммерческой деятельности. Моделирование бизнес-технологий коммерческой деятельности. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности. Исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации.
5	Тема 5. Формы и методы торговли	Проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности. Проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке. Прогнозирование конъюнктуры товарных рынков.
6	Тема 6. Посредники на рынке	Видовая структура и формы взаимодействия посредников в коммерческой деятельности. Формы взаимодействия покупателя и продавца на рынке.
7	Тема 7. Розничная торговля	Прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия. Прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров. Торги как форма соревновательной торговли.
8	Тема 8. Электронная коммерция	Формирование цепочки ценности блага Общее и отличное в работе с посредниками традиционных системах коммерческой деятельности и электронной коммерции Составляющие сайта магазина, сайта визитной карточки торгового предприятия – сходства,

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		отличия, эффективность Технические средства реализации электронной коммерции
9	Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.	Организация коммерческой деятельности на производственном предприятии. Содержание коммерческих операций по торговле промышленной продукцией. Содержание коммерческих операций по торговле сырьем.
10	Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности	Система реагирования на рекламации.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Введение в коммерческую деятельность.	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 3. Планирование и организация снабжения	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 5. Формы и методы торговли	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 6. Посредники на рынке	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 7. Розничная торговля	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 8. Электронная коммерция.	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.	ОПК-3 ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 10. Управление продажами.	ОПК-3 ОПК-4	тренинг		письменно
	ОПК-3 ОПК-4		Зачет с оценкой	Тест письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	знание содержательных	1

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
	элементов коммерческой деятельности	
2	способность принимать решения по использованию основных инструментов коммерческой деятельности при управлении современной организации	2-10

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	понимание основ коммерческой деятельности современной организации	1
2	способность использовать основные инструменты коммерческой деятельности как части бизнес-плана организации	2-10

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять	Знание	Знание	Умение	Контроль

Код компетенции	ОПК-3Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
методы и инструменты коммерческой деятельности для повышения предпринимательской результативности всеми участниками организации	содержательных элементов коммерческой деятельности	основных инструментов коммерческой деятельности при управлении современной организации	принимать решения по использованию основных инструментов коммерческой деятельности при управлении современной организации	ируемая самостоятельная работа, зачет

Код компетенции	ОПК-4Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организации			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты коммерческой деятельности для повышения предпринимательской результативности всеми участниками организации	Знание основ коммерческой деятельности современной организации	Знание методологии использования основных инструментов коммерческой деятельности как части бизнес-плана организации	Умение использовать основные инструменты коммерческой деятельности как части бизнес-плана организации	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием

учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	---	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Введение в коммерческую деятельность.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы			
SingleSelection	Порядок выполнения принципов коммерческой деятельности?	<table border="1"> <tr><td>существует</td></tr> <tr><td>не существует.</td></tr> <tr><td>существует при определенных обстоятельствах</td></tr> </table>	существует	не существует.	существует при определенных обстоятельствах	2
существует						
не существует.						
существует при определенных обстоятельствах						
SingleSelection	Выберите определение технологии коммерческой деятельности?	<table border="1"> <tr><td>совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.</td></tr> <tr><td>совокупность последовательно и одновременно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.</td></tr> <tr><td>Нет правильных вариантов</td></tr> </table>	совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.	совокупность последовательно и одновременно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.	Нет правильных вариантов	3
совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.						
совокупность последовательно и одновременно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.						
Нет правильных вариантов						
SingleSelection	Если на один продукт коммерческой организации приходится 70-95% объема продаж, то такую организацию с позиции коммерческой деятельности можно называть:	<table border="1"> <tr><td>однопродуктовые с доминирующим продуктом</td></tr> <tr><td>многопродуктовые</td></tr> <tr><td>Нет правильных вариантов</td></tr> </table>	однопродуктовые с доминирующим продуктом	многопродуктовые	Нет правильных вариантов	2
однопродуктовые с доминирующим продуктом						
многопродуктовые						
Нет правильных вариантов						

SingleSelection	Если на один продукт коммерческой организации приходится более 95% объема продаж, то такую организацию с позиции коммерческой деятельности можно называть:	<table border="1"> <tr><td>однопродуктовые</td></tr> <tr><td>с доминирующим продуктом</td></tr> <tr><td>многопродуктовые</td></tr> <tr><td>Нет правильных вариантов</td></tr> </table>	однопродуктовые	с доминирующим продуктом	многопродуктовые	Нет правильных вариантов	1
однопродуктовые							
с доминирующим продуктом							
многопродуктовые							
Нет правильных вариантов							
SingleSelection	Если на разные группы товаров коммерческой организации приходится более 70% объема продаж, то такую организацию с позиции коммерческой деятельности можно называть:	<table border="1"> <tr><td>однопродуктовые</td></tr> <tr><td>с доминирующим продуктом</td></tr> <tr><td>многопродуктовые</td></tr> <tr><td>Нет правильных вариантов</td></tr> </table>	однопродуктовые	с доминирующим продуктом	многопродуктовые	Нет правильных вариантов	3
однопродуктовые							
с доминирующим продуктом							
многопродуктовые							
Нет правильных вариантов							
SingleSelection	К целям государственного регулирования коммерческой деятельности с помощью нормативно-правовой базы не относятся:	<table border="1"> <tr><td>обеспечение безопасности и качества товаров и услуг</td></tr> <tr><td>защита прав потребителей и повышение качества их обслуживания</td></tr> <tr><td>стабилизация уровня цен на объекты коммерческой деятельности</td></tr> <tr><td>повышение поступления налогов от коммерческой деятельности</td></tr> </table>	обеспечение безопасности и качества товаров и услуг	защита прав потребителей и повышение качества их обслуживания	стабилизация уровня цен на объекты коммерческой деятельности	повышение поступления налогов от коммерческой деятельности	3
обеспечение безопасности и качества товаров и услуг							
защита прав потребителей и повышение качества их обслуживания							
стабилизация уровня цен на объекты коммерческой деятельности							
повышение поступления налогов от коммерческой деятельности							
SingleSelection	Основным законом регламентирующим регулирование коммерческой деятельности в России является ФЗ:	<table border="1"> <tr><td>О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ</td></tr> <tr><td>Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ</td></tr> <tr><td>О государственном регулировании деятельности участников предпринимательства в РФ</td></tr> <tr><td>Об участии государства в регулировании коммерческой (торговой)</td></tr> </table>	О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ	Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ	О государственном регулировании деятельности участников предпринимательства в РФ	Об участии государства в регулировании коммерческой (торговой)	2
О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ							
Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ							
О государственном регулировании деятельности участников предпринимательства в РФ							
Об участии государства в регулировании коммерческой (торговой)							

		деятельности в РФ					
SingleSelection	Такие обязанности коммерческих предприятий как разработка и проведение профилактических мероприятий, обеспечение безопасности деятельности, относятся к ФЗ:	<table border="1"> <tr> <td>О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ</td> </tr> <tr> <td>Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ</td> </tr> <tr> <td>О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения</td> </tr> <tr> <td>О пожарной безопасности в РФ</td> </tr> </table>	О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ	Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ	О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения	О пожарной безопасности в РФ	3
О регулировании и контроле коммерческой деятельности в РФ							
Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ							
О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения							
О пожарной безопасности в РФ							
MultipleSelection	В приведенном списке выберите определение характеризующее коммерческую деятельность:	<table border="1"> <tr> <td>Деятельность по исследованию рынка и последующее продвижение товара</td> </tr> <tr> <td>Деятельность по продаже товаров и услуг с целью получения прибыли.</td> </tr> <tr> <td>Организационно-снабженческие мероприятия создающие предложение на рынке</td> </tr> <tr> <td>Подготовка и реализация акта купли-продажи</td> </tr> </table>	Деятельность по исследованию рынка и последующее продвижение товара	Деятельность по продаже товаров и услуг с целью получения прибыли.	Организационно-снабженческие мероприятия создающие предложение на рынке	Подготовка и реализация акта купли-продажи	2,4
Деятельность по исследованию рынка и последующее продвижение товара							
Деятельность по продаже товаров и услуг с целью получения прибыли.							
Организационно-снабженческие мероприятия создающие предложение на рынке							
Подготовка и реализация акта купли-продажи							
MultipleSelection	Объектами коммерческой деятельности являются:	<table border="1"> <tr> <td>Товары</td> </tr> <tr> <td>Полуфабрикаты</td> </tr> <tr> <td>Услуги</td> </tr> <tr> <td>МБП</td> </tr> </table>	Товары	Полуфабрикаты	Услуги	МБП	1,3
Товары							
Полуфабрикаты							
Услуги							
МБП							
MultipleSelection	Что относится к основным операциям коммерческой деятельности:	<table border="1"> <tr> <td>Организация процесса управления</td> </tr> <tr> <td>Установление хозяйственных связей</td> </tr> <tr> <td>Организация сбыта</td> </tr> <tr> <td>Рекламная деятельность</td> </tr> </table>	Организация процесса управления	Установление хозяйственных связей	Организация сбыта	Рекламная деятельность	2,3,4
Организация процесса управления							
Установление хозяйственных связей							
Организация сбыта							
Рекламная деятельность							

MultipleSelection	Что относят к услугам торговли, оказываемым оптовыми организациями и предприятиями своим клиентам:	<table border="1"> <tr><td>хранение товаров,</td></tr> <tr><td>подсортировка,</td></tr> <tr><td>стоянки для автомашин</td></tr> <tr><td>фасовка,</td></tr> <tr><td>упаковка,</td></tr> <tr><td>транспортировка</td></tr> </table>	хранение товаров,	подсортировка,	стоянки для автомашин	фасовка,	упаковка,	транспортировка	1,2,4,5,6
хранение товаров,									
подсортировка,									
стоянки для автомашин									
фасовка,									
упаковка,									
транспортировка									
MultipleSelection	Что относят к услугам торговли, оказываемым покупателям в магазинах:	<table border="1"> <tr><td>хранение товаров</td></tr> <tr><td>прием предварительных заказов на товары,</td></tr> <tr><td>стоянки для автомашин</td></tr> <tr><td>доставка</td></tr> <tr><td>все относят</td></tr> </table>	хранение товаров	прием предварительных заказов на товары,	стоянки для автомашин	доставка	все относят	2,3,4,5	
хранение товаров									
прием предварительных заказов на товары,									
стоянки для автомашин									
доставка									
все относят									
MultipleSelection	К принципам коммерческой деятельности не относят:	<table border="1"> <tr><td>Использование маркетинга</td></tr> <tr><td>Использование менеджмента</td></tr> <tr><td>Проявление личной инициативы</td></tr> <tr><td>Ответственность за выполнение принятых обязательств</td></tr> <tr><td>Умение налаживать контакт с государственными органами власти</td></tr> </table>	Использование маркетинга	Использование менеджмента	Проявление личной инициативы	Ответственность за выполнение принятых обязательств	Умение налаживать контакт с государственными органами власти	2,5	
Использование маркетинга									
Использование менеджмента									
Проявление личной инициативы									
Ответственность за выполнение принятых обязательств									
Умение налаживать контакт с государственными органами власти									
MultipleSelection	Положения ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» не применяются к отношениям, связанным с организацией и осуществлением:	<table border="1"> <tr><td>внешнеторговой деятельности;</td></tr> <tr><td>торговли на товарных биржах;</td></tr> <tr><td>деятельности по продаже товаров на розничных рынках;</td></tr> <tr><td>купли-продажи ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения, в том числе электрической энергии (мощности), тепловой энергии и мощности, а также иных видов энергетических ресурсов.</td></tr> </table>	внешнеторговой деятельности;	торговли на товарных биржах;	деятельности по продаже товаров на розничных рынках;	купли-продажи ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения, в том числе электрической энергии (мощности), тепловой энергии и мощности, а также иных видов энергетических ресурсов.	1,2,3,4		
внешнеторговой деятельности;									
торговли на товарных биржах;									
деятельности по продаже товаров на розничных рынках;									
купли-продажи ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения, в том числе электрической энергии (мощности), тепловой энергии и мощности, а также иных видов энергетических ресурсов.									
SingleSelection	В соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» для нестационарных торговых объектов, используемых субъектами малого или среднего предпринимательства должно быть предусмотрено не менее	<table border="1"> <tr><td>50</td></tr> <tr><td>60</td></tr> <tr><td>65</td></tr> <tr><td>70</td></tr> </table>	50	60	65	70	3		
50									
60									
65									
70									

	сколько процентов площади от общей площади занятой такими объектами										
ShortAnswer	Изучение спроса, установление хозяйственных связей, организация сбыта, рекламная деятельность, все это _____ коммерческой деятельности?		Основные операции								
ShortAnswer	«Процесс реализации произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей», это определение категории _____?		Сбыт								
ShortAnswer	«Результат взаимодействия исполнителя и потребителя, а так же собственной деятельности исполнителя по удовлетворению нужд потребителя», это определение категории _____?		услуга								
ShortAnswer	Частные, государственные, коммерческие и некоммерческие организации, все это _____ коммерческой деятельности		субъекты								
ShortAnswer	Товары народного потребления, производственного назначения, услуги а так же услуги торговли, все это _____ коммерческой деятельности		объекты								
Comparison	Сопоставьте понятие его содержанию	<table border="1"> <tr> <td>Товары и услуги</td> <td>субъекты</td> </tr> <tr> <td>Организации и предприятия</td> <td>Услуга торговли</td> </tr> <tr> <td>Подсортировка</td> <td>объекты</td> </tr> <tr> <td>Организация сбыта</td> <td>Коммерческая операция</td> </tr> </table>	Товары и услуги	субъекты	Организации и предприятия	Услуга торговли	Подсортировка	объекты	Организация сбыта	Коммерческая операция	1-3,2-1,3-2,4-4
Товары и услуги	субъекты										
Организации и предприятия	Услуга торговли										
Подсортировка	объекты										
Организация сбыта	Коммерческая операция										

Тема 2. Классификация коммерческих сделок и операций.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы			
SingleSelection	Порядок осуществления сделки?	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>существует</td></tr> <tr><td>не существует.</td></tr> <tr><td>существует при определенных обстоятельствах</td></tr> </table>	существует	не существует.	существует при определенных обстоятельствах	1
существует						
не существует.						
существует при определенных обстоятельствах						
SingleSelection	Порядок заключения договора?	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>существует</td></tr> <tr><td>не существует.</td></tr> <tr><td>существует при определенных обстоятельствах</td></tr> </table>	существует	не существует.	существует при определенных обстоятельствах	1
существует						
не существует.						
существует при определенных обстоятельствах						
SingleSelection	Выберите определение категории «Сделка»?	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей</td></tr> <tr><td>действия юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей</td></tr> <tr><td>Нет правильных вариантов</td></tr> </table>	действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей	действия юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей	Нет правильных вариантов	1
действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей						
действия юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей						
Нет правильных вариантов						

SingleSelection	Какой из указанных видов сделок лишней?	<table border="1"> <tr><td>Односторонняя</td></tr> <tr><td>Двухсторонняя</td></tr> <tr><td>Трехсторонняя</td></tr> <tr><td>Многосторонняя</td></tr> </table>	Односторонняя	Двухсторонняя	Трехсторонняя	Многосторонняя	3		
Односторонняя									
Двухсторонняя									
Трехсторонняя									
Многосторонняя									
SingleSelection	Сделки совершаемые юридическими лицами между собой и гражданами, между гражданами на сумму менее 10 МРОТ, являются	<table border="1"> <tr><td>простыми</td></tr> <tr><td>нотариальными</td></tr> <tr><td>устными</td></tr> <tr><td>письменными</td></tr> </table>	простыми	нотариальными	устными	письменными	1		
простыми									
нотариальными									
устными									
письменными									
SingleSelection	Сделки совершаемые юридическими лицами между собой и гражданами, между гражданами на сумму более 10 МРОТ, являются	<table border="1"> <tr><td>простыми</td></tr> <tr><td>нотариальными</td></tr> <tr><td>устными</td></tr> <tr><td>письменными</td></tr> </table>	простыми	нотариальными	устными	письменными	2		
простыми									
нотариальными									
устными									
письменными									
SingleSelection	Какой из указанных видов договоров лишней в коммерческой деятельности:	<table border="1"> <tr><td>Договор купли-продажи</td></tr> <tr><td>Договор поставки</td></tr> <tr><td>Договор комиссии</td></tr> <tr><td>Договор поручительства</td></tr> <tr><td>Договор аренды</td></tr> <tr><td>Договор оказания услуг</td></tr> </table>	Договор купли-продажи	Договор поставки	Договор комиссии	Договор поручительства	Договор аренды	Договор оказания услуг	4
Договор купли-продажи									
Договор поставки									
Договор комиссии									
Договор поручительства									
Договор аренды									
Договор оказания услуг									
SingleSelection	Договор в котором указаны элементы разных договоров называется:	<table border="1"> <tr><td>Общий</td></tr> <tr><td>Оказания услуг</td></tr> <tr><td>Смешанный</td></tr> <tr><td>Разноэлементный</td></tr> </table>	Общий	Оказания услуг	Смешанный	Разноэлементный	3		
Общий									
Оказания услуг									
Смешанный									
Разноэлементный									

SingleSelection	Оферта это:	<table border="1"> <tr><td>согласие на оплату</td></tr> <tr><td>коммерческое предложение</td></tr> <tr><td>перевод платежа</td></tr> <tr><td>переуступка прав требования</td></tr> </table>	согласие на оплату	коммерческое предложение	перевод платежа	переуступка прав требования	2	
согласие на оплату								
коммерческое предложение								
перевод платежа								
переуступка прав требования								
SingleSelection	Какой вид сделок (по срокам реализации) лишний в списке:	<table border="1"> <tr><td>Долгосрочные</td></tr> <tr><td>Краткосрочные</td></tr> <tr><td>Бессрочные</td></tr> <tr><td>С отложенной поставкой</td></tr> <tr><td>С немедленной поставкой</td></tr> </table>	Долгосрочные	Краткосрочные	Бессрочные	С отложенной поставкой	С немедленной поставкой	4
Долгосрочные								
Краткосрочные								
Бессрочные								
С отложенной поставкой								
С немедленной поставкой								
SingleSelection	В оферте срок на ответ:	<table border="1"> <tr><td>Указывается</td></tr> <tr><td>Не указывается</td></tr> <tr><td>Зависит от типа оферты</td></tr> <tr><td>Зависит от суммы которая фигурирует в оферте</td></tr> </table>	Указывается	Не указывается	Зависит от типа оферты	Зависит от суммы которая фигурирует в оферте	1	
Указывается								
Не указывается								
Зависит от типа оферты								
Зависит от суммы которая фигурирует в оферте								
SingleSelection	Во внешнеторговых коммерческих операциях, международные расчеты относятся к операциям какого типа:	<table border="1"> <tr><td>Основные</td></tr> <tr><td>Обеспечивающие</td></tr> <tr><td>Валютная</td></tr> <tr><td>Торгово-посредническая</td></tr> </table>	Основные	Обеспечивающие	Валютная	Торгово-посредническая	2	
Основные								
Обеспечивающие								
Валютная								
Торгово-посредническая								
SingleSelection	Во внешнеторговых коммерческих операциях, страхование относится к операции какого типа:	<table border="1"> <tr><td>Основные</td></tr> <tr><td>Обеспечивающие</td></tr> <tr><td>Валютная</td></tr> <tr><td>Торгово-посредническая</td></tr> </table>	Основные	Обеспечивающие	Валютная	Торгово-посредническая	2	
Основные								
Обеспечивающие								
Валютная								
Торгово-посредническая								

SingleSelection	Отзыв оферты досрочно:	<table border="1"> <tr><td data-bbox="850 203 1174 253">Возможен</td></tr> <tr><td data-bbox="850 253 1174 302">Не возможен</td></tr> <tr><td data-bbox="850 302 1174 409">Зависит от типа оферты</td></tr> <tr><td data-bbox="850 409 1174 557">Зависит от суммы которая фигурирует в оферте</td></tr> <tr><td data-bbox="850 557 1174 663">Возможен если оферта была публичной</td></tr> </table>	Возможен	Не возможен	Зависит от типа оферты	Зависит от суммы которая фигурирует в оферте	Возможен если оферта была публичной	1
Возможен								
Не возможен								
Зависит от типа оферты								
Зависит от суммы которая фигурирует в оферте								
Возможен если оферта была публичной								
SingleSelection	Ввоз из-за границы ранее вывезенных туда отечественных товаров называется:	<table border="1"> <tr><td data-bbox="850 719 1174 768">реэкспорт</td></tr> <tr><td data-bbox="850 768 1174 817">реимпорт</td></tr> <tr><td data-bbox="850 817 1174 925">экспортно-импортная операция</td></tr> <tr><td data-bbox="850 925 1174 1032">внешнеторговая операция</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1032 1174 1128">товарообменная операция</td></tr> </table>	реэкспорт	реимпорт	экспортно-импортная операция	внешнеторговая операция	товарообменная операция	2
реэкспорт								
реимпорт								
экспортно-импортная операция								
внешнеторговая операция								
товарообменная операция								
SingleSelection	Коммерческая деятельность связанная с вывозом за границу ранее ввезенного в страну товара иностранного производства не подверженного переработке называется:	<table border="1"> <tr><td data-bbox="850 1184 1174 1234">реэкспорт</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1234 1174 1283">реимпорт</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1283 1174 1391">экспортно-импортная операция</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1391 1174 1498">внешнеторговая операция</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1498 1174 1594">товарообменная операция</td></tr> </table>	реэкспорт	реимпорт	экспортно-импортная операция	внешнеторговая операция	товарообменная операция	1
реэкспорт								
реимпорт								
экспортно-импортная операция								
внешнеторговая операция								
товарообменная операция								
SingleSelection	Сделка с немедленной поставкой означает поставку в течении:	<table border="1"> <tr><td data-bbox="850 1650 1174 1700">Суток</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1700 1174 1749">Двух суток</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1749 1174 1798">Трех суток</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1798 1174 1848">Недели</td></tr> <tr><td data-bbox="850 1848 1174 1899">От3 до 5 часов</td></tr> </table>	Суток	Двух суток	Трех суток	Недели	От3 до 5 часов	3
Суток								
Двух суток								
Трех суток								
Недели								
От3 до 5 часов								

SingleSelection	Сделка в которой исключается просрочка поставки это сделка:	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="847 203 1177 255">Краткосрочная</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 255 1177 306">Среднесрочная</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 306 1177 358">Бессрочная</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 358 1177 461">С немедленной поставкой</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 461 1177 557">С поставкой без просрочки</td> </tr> </table>	Краткосрочная	Среднесрочная	Бессрочная	С немедленной поставкой	С поставкой без просрочки	3
Краткосрочная								
Среднесрочная								
Бессрочная								
С немедленной поставкой								
С поставкой без просрочки								
SingleSelection	Компенсационная сделка подразумевает:	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="847 613 1177 972">оплату поставленной продукции поставками готовой продукции произведенной с помощью поставляемой продукции</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 972 1177 1330">оплату поставленной продукции поставками полуфабрикатов произведенных с помощью поставляемой продукции</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1330 1177 1688">компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране в эквиваленте стоимости поставленной продукции</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1688 1177 2047">компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране (или других странах) в эквиваленте стоимости поставленной продукции</td> </tr> </table>	оплату поставленной продукции поставками готовой продукции произведенной с помощью поставляемой продукции	оплату поставленной продукции поставками полуфабрикатов произведенных с помощью поставляемой продукции	компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране в эквиваленте стоимости поставленной продукции	компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране (или других странах) в эквиваленте стоимости поставленной продукции	1	
оплату поставленной продукции поставками готовой продукции произведенной с помощью поставляемой продукции								
оплату поставленной продукции поставками полуфабрикатов произведенных с помощью поставляемой продукции								
компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране в эквиваленте стоимости поставленной продукции								
компенсацию поставок другими продуктами произведенными в стране (или других странах) в эквиваленте стоимости поставленной продукции								

SingleSelection	Сделка в которой осуществляется обмен товаров определенной стоимости на другие товары равной стоимости без денежной оплаты, называется:	Встречная	3
		Компенсационная	
		Бартерная	
		Давальческая	
		Толлинг	

Тема 3. Планирование и организация снабжения.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	В технологии коммерческой деятельности контроль взаимных обязательств осуществляется на этапе?	Определение потребности в товарах	3
		Сбор и анализ информации о рынке	
		Оптовая (Розничная) продажа	
		Установление хозяйственных связей с поставщиками	
		Выбор поставщиков	
		Оказание торговой услуги	
SingleSelection	Выберите порядок расчета емкости рынка?	кол-во производства в регионе (Q) + импорт (I) – экспорт (E) + запасы в стране	2
		кол-во производства в стране (Q) + импорт (I) – экспорт (E) + запасы в стране	
		кол-во производства в регионе (Q) + экспорт (E) + запасы в регионе	

		Нет правильного варианта	
SingleSelection	Выберите порядок расчета доли рынка?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Произведение фактического объема реализации (V) и фактической емкости рынка (E)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Отношение фактического объема реализации (V) и фактической емкости рынка (E)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Отношение объема реализации конкурентов (V) и фактической емкости рынка (E)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Нет правильного варианта</div>	2
SingleSelection	Определение показателей будущего на основе показателей прошлых периодов, это суть какого метода планирования потребности в материальных ресурсах	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Нормативный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Прогрессивный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Статистического наблюдения</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Экстраполяции</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Интерполяции</div>	3
SingleSelection	В бюджет материального обеспечения не входит:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бюджет закупок</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бюджет продаж</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бюджет содержания</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бюджет общих затрат</div>	2
SingleSelection	При анализе рынка материальных ресурсов наша цель:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Проанализировать рынок материальных ресурсов</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Совершить рациональную закупку</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Выявить потенциальных поставщиков</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Выяснить условия поставки материальных ресурсов</div>	2
SingleSelection	Какой из указанных параметров является лишним при расчете расходов связанных с	расходы на организацию и доставку закупаемой	3

	закупкой материальных ресурсов:	<table border="1"> <tr><td>партии</td></tr> <tr><td>годовая потребность в материале (шт.)</td></tr> <tr><td>транспортировка партии товаров</td></tr> <tr><td>величина партии закупки</td></tr> <tr><td>цена единицы закупаемого ресурса</td></tr> </table>	партии	годовая потребность в материале (шт.)	транспортировка партии товаров	величина партии закупки	цена единицы закупаемого ресурса		
партии									
годовая потребность в материале (шт.)									
транспортировка партии товаров									
величина партии закупки									
цена единицы закупаемого ресурса									
SingleSelection	Может ли осуществляться приемка партии поставки, если отсутствуют товаро-сопроводительные документы:	<table border="1"> <tr><td>Да</td></tr> <tr><td>Нет</td></tr> <tr><td>Только если отсутствуют второстепенные документы</td></tr> <tr><td>Да с составлением соответствующего акта</td></tr> <tr><td>Нет и составляется соответствующий акт</td></tr> <tr><td>Да при наличии электронного варианта документа</td></tr> </table>	Да	Нет	Только если отсутствуют второстепенные документы	Да с составлением соответствующего акта	Нет и составляется соответствующий акт	Да при наличии электронного варианта документа	4
Да									
Нет									
Только если отсутствуют второстепенные документы									
Да с составлением соответствующего акта									
Нет и составляется соответствующий акт									
Да при наличии электронного варианта документа									
SingleSelection	Сколько существует этапов выбора поставщика в коммерческой деятельности?	<table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> </table>	1	2	3	4	2		
1									
2									
3									
4									
SingleSelection	Требования к поставщику продукции длительного пользования о скрытых недостатках, которые не могли быть обнаружены сразу можно предъявить в течении какого количества месяцев?	<table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> </table>	1	2	3	4	4		
1									
2									
3									
4									
SingleSelection	Поручение банку оплатить представленный счет оформляется:	<table border="1"> <tr><td>Финансовым поручением</td></tr> <tr><td>Платежным поручением</td></tr> <tr><td>Векселем</td></tr> <tr><td>Авалем</td></tr> <tr><td>Индоссаментом</td></tr> <tr><td>Инкассированием</td></tr> </table>	Финансовым поручением	Платежным поручением	Векселем	Авалем	Индоссаментом	Инкассированием	2
Финансовым поручением									
Платежным поручением									
Векселем									
Авалем									
Индоссаментом									
Инкассированием									

SingleSelection	Акт о скрытых недостатках обнаруженных при приемке товара должен быть составлен не позднее какого количества дней?	<table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> <tr><td>неделя</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	неделя	5
1									
2									
3									
4									
5									
неделя									
SingleSelection	Скрытые дефекты это те которые:	<table border="1"> <tr><td>Не видны при визуальном осмотре</td></tr> <tr><td>Не могут быть обнаружены сразу</td></tr> <tr><td>Не могут быть устранены сразу</td></tr> <tr><td>Дефекты полученные при транспортировке</td></tr> </table>	Не видны при визуальном осмотре	Не могут быть обнаружены сразу	Не могут быть устранены сразу	Дефекты полученные при транспортировке	2		
Не видны при визуальном осмотре									
Не могут быть обнаружены сразу									
Не могут быть устранены сразу									
Дефекты полученные при транспортировке									
SingleSelection	Претензии по скрытым дефектам могут быть предъявлены в течении какого срока?	<table border="1"> <tr><td>1 месяц</td></tr> <tr><td>2 месяца</td></tr> <tr><td>3 месяца</td></tr> <tr><td>4 месяца</td></tr> <tr><td>6 месяцев</td></tr> <tr><td>1 год</td></tr> </table>	1 месяц	2 месяца	3 месяца	4 месяца	6 месяцев	1 год	4
1 месяц									
2 месяца									
3 месяца									
4 месяца									
6 месяцев									
1 год									
SingleSelection	Если оплата партии поставки осуществляется после отгрузки, то платежное поручение будет:	<table border="1"> <tr><td>Срочным</td></tr> <tr><td>Досрочным</td></tr> <tr><td>Отсроченным</td></tr> <tr><td>Отложенным</td></tr> </table>	Срочным	Досрочным	Отсроченным	Отложенным	1		
Срочным									
Досрочным									
Отсроченным									
Отложенным									
SingleSelection	Если оплата партии поставки осуществляется после получения груза, то платежное поручение будет:	<table border="1"> <tr><td>Срочным</td></tr> <tr><td>Досрочным</td></tr> <tr><td>Отсроченным</td></tr> <tr><td>Отложенным</td></tr> </table>	Срочным	Досрочным	Отсроченным	Отложенным	3		
Срочным									
Досрочным									
Отсроченным									
Отложенным									
SingleSelection	Акцепт это	<table border="1"> <tr><td>согласие на оплату</td></tr> <tr><td>коммерческое предложение</td></tr> <tr><td>перевод платежа</td></tr> <tr><td>переуступка прав требования</td></tr> </table>	согласие на оплату	коммерческое предложение	перевод платежа	переуступка прав требования	1		
согласие на оплату									
коммерческое предложение									
перевод платежа									
переуступка прав требования									

SingleSelection	Индоссамент это:	<table border="1"> <tr><td>Передаточная надпись</td></tr> <tr><td>Согласие оплатить</td></tr> <tr><td>Поручитель</td></tr> <tr><td>Гарант по ценной бумаге</td></tr> <tr><td>векселедатель</td></tr> </table>	Передаточная надпись	Согласие оплатить	Поручитель	Гарант по ценной бумаге	векселедатель	1
Передаточная надпись								
Согласие оплатить								
Поручитель								
Гарант по ценной бумаге								
векселедатель								
SingleSelection	Акцепт это:	<table border="1"> <tr><td>Передаточная надпись</td></tr> <tr><td>Согласие оплатить</td></tr> <tr><td>Поручитель</td></tr> <tr><td>Гарант по ценной бумаге</td></tr> <tr><td>векселедатель</td></tr> </table>	Передаточная надпись	Согласие оплатить	Поручитель	Гарант по ценной бумаге	векселедатель	2
Передаточная надпись								
Согласие оплатить								
Поручитель								
Гарант по ценной бумаге								
векселедатель								
SingleSelection	Аваль это:	<table border="1"> <tr><td>Передаточная надпись</td></tr> <tr><td>Согласие оплатить</td></tr> <tr><td>Поручитель</td></tr> <tr><td>Гарант по ценной бумаге</td></tr> <tr><td>векселедатель</td></tr> </table>	Передаточная надпись	Согласие оплатить	Поручитель	Гарант по ценной бумаге	векселедатель	4
Передаточная надпись								
Согласие оплатить								
Поручитель								
Гарант по ценной бумаге								
векселедатель								
SingleSelection	Выполнение банком поручения векселедержателя по получению платежа называется :	<table border="1"> <tr><td>Авалирование поручения</td></tr> <tr><td>Акцептование поручения</td></tr> <tr><td>Инкассирование векселей</td></tr> <tr><td>Домицилирование векселей</td></tr> </table>	Авалирование поручения	Акцептование поручения	Инкассирование векселей	Домицилирование векселей	3	
Авалирование поручения								
Акцептование поручения								
Инкассирование векселей								
Домицилирование векселей								
MultipleSelection	На этапе определения потребности в товарах, необходимо:	<table border="1"> <tr><td>Посетить возможные ярмарки и выставки</td></tr> <tr><td>Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров</td></tr> <tr><td>Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)</td></tr> <tr><td>Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров</td></tr> </table>	Посетить возможные ярмарки и выставки	Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров	Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)	Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров	2,4	
Посетить возможные ярмарки и выставки								
Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров								
Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)								
Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров								

MultipleSelection	Эффективный выбор поставщика возможен если:	<table border="1"> <tr><td>Отсутствует сговор на рынке</td></tr> <tr><td>Присутствует конкуренция</td></tr> <tr><td>Отсутствует дефицит</td></tr> <tr><td>Присутствует система связи с поставщиками</td></tr> </table>	Отсутствует сговор на рынке	Присутствует конкуренция	Отсутствует дефицит	Присутствует система связи с поставщиками	2,3	
Отсутствует сговор на рынке								
Присутствует конкуренция								
Отсутствует дефицит								
Присутствует система связи с поставщиками								
MultipleSelection	На этапе выбора поставщиков, необходимо:	<table border="1"> <tr><td>Посетить возможные ярмарки и выставки</td></tr> <tr><td>Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров</td></tr> <tr><td>Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)</td></tr> <tr><td>Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров</td></tr> </table>	Посетить возможные ярмарки и выставки	Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров	Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)	Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров	1,3	
Посетить возможные ярмарки и выставки								
Рассчитать предполагаемый объем реализации товаров								
Изучить рекламные материалы (в т.ч. размещенных в специализированных изданиях)								
Обосновать (в т.ч. с учетом финансовых возможностей) структуру ассортимента закупаемых товаров								
MultipleSelection	Процедура планирования коммерческой деятельности предназначена для	<table border="1"> <tr><td>Минимизации рисков</td></tr> <tr><td>Создания условий «Прозрачности» деятельности</td></tr> <tr><td>Как требование бизнес-плана</td></tr> <tr><td>Создание условий относительной стабильности</td></tr> </table>	Минимизации рисков	Создания условий «Прозрачности» деятельности	Как требование бизнес-плана	Создание условий относительной стабильности	1,2,4	
Минимизации рисков								
Создания условий «Прозрачности» деятельности								
Как требование бизнес-плана								
Создание условий относительной стабильности								
MultipleSelection	Анализ рынка материальных ресурсов прежде всего предполагает расчет:	<table border="1"> <tr><td>Уровня цен поставщиков</td></tr> <tr><td>Емкости рынка</td></tr> <tr><td>Уровня конкуренции среди поставщиков</td></tr> <tr><td>Доли рынка</td></tr> </table>	Уровня цен поставщиков	Емкости рынка	Уровня конкуренции среди поставщиков	Доли рынка	2,4	
Уровня цен поставщиков								
Емкости рынка								
Уровня конкуренции среди поставщиков								
Доли рынка								
MultipleSelection	Какие из указанных методов не используются при расчете потребности в материальных ресурсах:	<table border="1"> <tr><td>Нормативный</td></tr> <tr><td>Прогрессивный</td></tr> <tr><td>Статистического наблюдения</td></tr> <tr><td>Экстраполяции</td></tr> <tr><td>Интерполяции</td></tr> </table>	Нормативный	Прогрессивный	Статистического наблюдения	Экстраполяции	Интерполяции	2,4,5
Нормативный								
Прогрессивный								
Статистического наблюдения								
Экстраполяции								
Интерполяции								
MultipleSelection	При использовании нормативного метода в определении потребности в материальных ресурсах необходимо учитывать:	<table border="1"> <tr><td>Программу выпуска (предложения)</td></tr> <tr><td>Прогнозы сбыта</td></tr> <tr><td>Нормативы расхода на единицу</td></tr> <tr><td>Параметры логистики снабжения</td></tr> </table>	Программу выпуска (предложения)	Прогнозы сбыта	Нормативы расхода на единицу	Параметры логистики снабжения	1,3,4	
Программу выпуска (предложения)								
Прогнозы сбыта								
Нормативы расхода на единицу								
Параметры логистики снабжения								

MultipleSelection	Основными критериями выбора поставщика в случае если на рынке их мало, являются:	Мощности	1,3,4
		Качество продукции	
		Цены	
		Надежность	
		Формы расчетов	
		Сроки поставки	

Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы					
SingleSelection	В цели сбытовой политики не входит:	<table border="1"> <tr> <td>Максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей</td> </tr> <tr> <td>Получение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также обеспечение гарантий ее получения в будущем</td> </tr> <tr> <td>Расширение рыночной доли с последующим доминированием среди конкурентов</td> </tr> <tr> <td>Создание положительного имиджа организации на рынке и признание ее со стороны общественности.</td> </tr> <tr> <td>Установление долговременной</td> </tr> </table>	Максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей	Получение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также обеспечение гарантий ее получения в будущем	Расширение рыночной доли с последующим доминированием среди конкурентов	Создание положительного имиджа организации на рынке и признание ее со стороны общественности.	Установление долговременной	3
Максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей								
Получение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также обеспечение гарантий ее получения в будущем								
Расширение рыночной доли с последующим доминированием среди конкурентов								
Создание положительного имиджа организации на рынке и признание ее со стороны общественности.								
Установление долговременной								

		рыночной устойчивости организации					
SingleSelection	Потребность в изделии, перспективы развития рынка, степень конкурентоспособности изделия, степень стабильности и мобильности рынка. Все это содержание какого критерия планирования ассортимента продукции:	<table border="1"> <tr><td>Товарный</td></tr> <tr><td>Рыночный</td></tr> <tr><td>Сбытовой</td></tr> <tr><td>Производственный</td></tr> </table>	Товарный	Рыночный	Сбытовой	Производственный	2
Товарный							
Рыночный							
Сбытовой							
Производственный							
SingleSelection	Технические характеристика продукта, его упаковка, цена. Все это содержание какого критерия планирования ассортимента продукции:	<table border="1"> <tr><td>Товарный</td></tr> <tr><td>Рыночный</td></tr> <tr><td>Сбытовой</td></tr> <tr><td>Производственный</td></tr> </table>	Товарный	Рыночный	Сбытовой	Производственный	1
Товарный							
Рыночный							
Сбытовой							
Производственный							
SingleSelection	Оборудование и персонал - содержание какого критерия планирования ассортимента продукции:	<table border="1"> <tr><td>Товарный</td></tr> <tr><td>Рыночный</td></tr> <tr><td>Сбытовой</td></tr> <tr><td>Производственный</td></tr> </table>	Товарный	Рыночный	Сбытовой	Производственный	4
Товарный							
Рыночный							
Сбытовой							
Производственный							
SingleSelection	Увязка с ассортиментом уже предлагаемой продукции, особенности реализации и рекламы. Все это содержание какого критерия планирования ассортимента продукции:	<table border="1"> <tr><td>Товарный</td></tr> <tr><td>Рыночный</td></tr> <tr><td>Сбытовой</td></tr> <tr><td>Производственный</td></tr> </table>	Товарный	Рыночный	Сбытовой	Производственный	3
Товарный							
Рыночный							
Сбытовой							
Производственный							
SingleSelection	Существует ли порядок анализа содержания критериев планирования ассортимента продукции:	<table border="1"> <tr><td>Да</td></tr> <tr><td>Нет</td></tr> <tr><td>Да при определенных</td></tr> </table>	Да	Нет	Да при определенных	2	
Да							
Нет							
Да при определенных							

		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">обстоятельствах</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Нет при определенных обстоятельствах</div>	
SingleSelection	Рынок на котором ранее уже организация работала называется	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">С понятным уровнем конкуренции</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Известный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Старый</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Прежний</div>	2
SingleSelection	Свободным называется рынок:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">С низким уровнем конкуренции</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">С существующей на рынке свободной долей</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Рынок на который организация ранее не выходила</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Рынок на который организация имеет возможность выйти</div>	3
SingleSelection	Не относятся к составным частям планирования сбыта на свободном рынке:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">прогнозирование сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">закупка для сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">выбор канала сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">разработка плана сбыта</div>	2
SingleSelection	На экспертный оценках основан какой метод прогнозирования сбыта:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Неколичественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Количественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Некачественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Качественный</div>	1

SingleSelection	Метод экстраполяции, относится каким методам прогнозирования сбыта:	<table border="1"> <tr><td>Неколичественный</td></tr> <tr><td>Количественный</td></tr> <tr><td>Некачественный</td></tr> <tr><td>Качественный</td></tr> </table>	Неколичественный	Количественный	Некачественный	Качественный	2	
Неколичественный								
Количественный								
Некачественный								
Качественный								
SingleSelection	Корреляционно-регрессионный метод, относится каким методам прогнозирования сбыта:	<table border="1"> <tr><td>Неколичественный</td></tr> <tr><td>Количественный</td></tr> <tr><td>Некачественный</td></tr> <tr><td>Качественный</td></tr> </table>	Неколичественный	Количественный	Некачественный	Качественный	2	
Неколичественный								
Количественный								
Некачественный								
Качественный								
SingleSelection	Для проверки правильности осуществления развития организации необходим какой прогноз сбыта:	<table border="1"> <tr><td>краткосрочный</td></tr> <tr><td>Среднесрочный</td></tr> <tr><td>долгосрочный</td></tr> </table>	краткосрочный	Среднесрочный	долгосрочный	2		
краткосрочный								
Среднесрочный								
долгосрочный								
SingleSelection	Какой из названный прогнозов сбыта лишний:	<table border="1"> <tr><td>краткосрочный</td></tr> <tr><td>среднесрочный</td></tr> <tr><td>долгосрочный</td></tr> <tr><td>стратегический</td></tr> </table>	краткосрочный	среднесрочный	долгосрочный	стратегический	4	
краткосрочный								
среднесрочный								
долгосрочный								
стратегический								
SingleSelection	Прогнозирование сбыта при котором определяются как максимальный (оптимистический), минимальный (пессимистический) и вероятный объем сбыта называется: :	<table border="1"> <tr><td>вероятностное</td></tr> <tr><td>разновариантное</td></tr> <tr><td>уровневое</td></tr> <tr><td>ступаенчатое</td></tr> <tr><td>прогностическое</td></tr> </table>	вероятностное	разновариантное	уровневое	ступаенчатое	прогностическое	3
вероятностное								
разновариантное								
уровневое								
ступаенчатое								
прогностическое								

SingleSelection	Сколько каналов сбыта существует:	<table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>Множество</td></tr> <tr><td>Нет правильного ответа</td></tr> </table>	1	2	3	4	Множество	Нет правильного ответа	4
1									
2									
3									
4									
Множество									
Нет правильного ответа									
SingleSelection	Сколько каналов критериев оценки каналов сбыта:	<table border="1"> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>6</td></tr> <tr><td>8</td></tr> <tr><td>Множество</td></tr> <tr><td>Нет правильного ответа</td></tr> </table>	3	4	6	8	Множество	Нет правильного ответа	6
3									
4									
6									
8									
Множество									
Нет правильного ответа									
SingleSelection	Для товаров широкого потребления реализуемых через посредников используется какой из перечисленных видов сбыта:	<table border="1"> <tr><td>прямой</td></tr> <tr><td>косвенный</td></tr> <tr><td>интенсивный</td></tr> <tr><td>селективный</td></tr> <tr><td>нацеленный</td></tr> </table>	прямой	косвенный	интенсивный	селективный	нацеленный	2	
прямой									
косвенный									
интенсивный									
селективный									
нацеленный									
SingleSelection	Для реализации оборудования, выступающего в качестве товара, напрямую от производителя к потребителю, используется какой из перечисленных видов сбыта:	<table border="1"> <tr><td>прямой</td></tr> <tr><td>косвенный</td></tr> <tr><td>интенсивный</td></tr> <tr><td>селективный</td></tr> <tr><td>нацеленный</td></tr> </table>	прямой	косвенный	интенсивный	селективный	нацеленный	1	
прямой									
косвенный									
интенсивный									
селективный									
нацеленный									

SingleSelection	«Непрерывный процесс обоснования и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей сбыта, включая рационализацию его отдельных сторон, контроль и выявление «узких мест». Это определение категории:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование системы планирования сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование системы сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование системы контроля сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Совершенствование системы организации службы маркетинга в части сбыта</div>	2
SingleSelection	Что не входит в содержание сбытовой политики:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">совокупность сбытовых стратегий маркетинга</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">стратегии исследования рынка</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">комплекс мероприятий по формированию ассортимента продукции</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ценообразование</div>	2
SingleSelection	Какие действия не являются составляющими сбытовой политики:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">стратегии охвата рынка,</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">позиционирования товара</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">обучение продавцов</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">инкассации дебиторской задолженности</div>	3
MultipleSelection	Что не относится к критериям планирования ассортимента продукции:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">рыночные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">конкурентные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">товарные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">региональные</div>	2,4
MultipleSelection	Выберите из списка что не относится к общим		2,4

	закономерностям и методам повышения эффективности функционирования системы сбыта:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование контроля при планировании продаж</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование логистических процессов при выполнении планов сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование контроля выполнения планов сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование взаимодействия с государственными органами власти при выполнении планов сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Формирование базы данных на покупателей (заказчиков)</div>	
MultipleSelection	Выберите лишний в списке метод прогнозирования сбыта:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Неколичественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Количественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Некачественный</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Качественный</div>	3,4
MultipleSelection	Выберите, в каких направлениях осуществляется совершенствование системы сбыта:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование контроля при планировании продаж</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование контроля при выполнении планов сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Совершенствование взаимодействия с государственными органами власти</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Формирование базы данных покупателей</div>	1,2,4

		Исследование рынка	
SingleSelection	Выберите приоритетное направление совершенствования системы сбыта:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Совершенствование контроля при планировании продаж</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Совершенствование контроля при выполнении планов сбыта</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Совершенствование взаимодействия с государственными органами власти</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Формирование базы данных покупателей</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Нет приоритетного направления</div>	5
ShortAnswer	«Комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок и организация расчетов за нее», это определение категории _____		сбыт
ShortAnswer	Рынок на котором ранее мы уже выступали (работали), называется _____ рынок?		известный
ShortAnswer	Рынок на котором ранее организация не выступала (работала), называется _____ рынок?		свободный

Тема 5. Формы и методы торговли.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
------------------------	-------------------------------

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы				
SingleSelection	Оптовая торговля это:	<table border="1"> <tr><td>Метод торговли</td></tr> <tr><td>Форма торговли</td></tr> <tr><td>Способ торговли</td></tr> <tr><td>Инструмент торговли</td></tr> </table>	Метод торговли	Форма торговли	Способ торговли	Инструмент торговли	1
Метод торговли							
Форма торговли							
Способ торговли							
Инструмент торговли							
SingleSelection	Розничная торговля это:	<table border="1"> <tr><td>Метод торговли</td></tr> <tr><td>Форма торговли</td></tr> <tr><td>Способ торговли</td></tr> <tr><td>Инструмент торговли</td></tr> </table>	Метод торговли	Форма торговли	Способ торговли	Инструмент торговли	1
Метод торговли							
Форма торговли							
Способ торговли							
Инструмент торговли							
SingleSelection	Сырье и полуфабрикаты, продовольственные товары, средства производства, потребительские товары. Это все:	<table border="1"> <tr><td>Структура розничной торговли</td></tr> <tr><td>Структура оптовой торговли</td></tr> <tr><td>Направления функционирования оптовой торговли</td></tr> <tr><td>Направления функционирования розничной торговли</td></tr> </table>	Структура розничной торговли	Структура оптовой торговли	Направления функционирования оптовой торговли	Направления функционирования розничной торговли	2
Структура розничной торговли							
Структура оптовой торговли							
Направления функционирования оптовой торговли							
Направления функционирования розничной торговли							
SingleSelection	Форма оптовой торговли при которой оптовая база продает товары без завоза на свои склады, сразу конечному пользователю, называется: :	<table border="1"> <tr><td>посылочная</td></tr> <tr><td>транзитная</td></tr> <tr><td>транзакционная</td></tr> </table>	посылочная	транзитная	транзакционная	2	
посылочная							
транзитная							
транзакционная							

		складская					
		личная отборка товаров					
SingleSelection	Ситуация в которой торговая фирма оплачивает поставщику стоимость отгруженного товара, которую затем передает покупателю, называется транзитным товарооборотом:	<table border="1"> <tr><td>Без участия в расчетах</td></tr> <tr><td>С участием в расчетах</td></tr> <tr><td>Без участия в расчетах производителя</td></tr> <tr><td>С участием в расчетах продавца</td></tr> </table>	Без участия в расчетах	С участием в расчетах	Без участия в расчетах производителя	С участием в расчетах продавца	2
Без участия в расчетах							
С участием в расчетах							
Без участия в расчетах производителя							
С участием в расчетах продавца							
SingleSelection	Ситуация в которой поставщик предъявляет к оплате счет непосредственно покупателю, называется транзитным товарооборотом:	<table border="1"> <tr><td>Без участия в расчетах</td></tr> <tr><td>С участием в расчетах</td></tr> <tr><td>Без участия в расчетах производителя</td></tr> <tr><td>С участием в расчетах продавца</td></tr> </table>	Без участия в расчетах	С участием в расчетах	Без участия в расчетах производителя	С участием в расчетах продавца	1
Без участия в расчетах							
С участием в расчетах							
Без участия в расчетах производителя							
С участием в расчетах продавца							
SingleSelection	Выберите лишнюю группу услуг в коммерческой деятельности:	<table border="1"> <tr><td>Технические</td></tr> <tr><td>Логистические</td></tr> <tr><td>Коммерческие</td></tr> <tr><td>Организационно-консультативные</td></tr> </table>	Технические	Логистические	Коммерческие	Организационно-консультативные	2
Технические							
Логистические							
Коммерческие							
Организационно-консультативные							
SingleSelection	Хранение, фасовка, упаковка, маркировка, транспортно-экспедиционные услуги. Все это услуги коммерческой деятельности входящие в какую группу?	<table border="1"> <tr><td>Технические</td></tr> <tr><td>Логистические</td></tr> <tr><td>Коммерческие</td></tr> <tr><td>Организационно-консультативные</td></tr> </table>	Технические	Логистические	Коммерческие	Организационно-консультативные	1
Технические							
Логистические							
Коммерческие							
Организационно-консультативные							
SingleSelection	Помощь в рекламировании товаров, информационные, комиссионные, посреднические по поиску поставщиков товаров и оптовых покупателей. Все	<table border="1"> <tr><td>Технические</td></tr> <tr><td>Логистические</td></tr> </table>	Технические	Логистические	3		
Технические							
Логистические							

	это услуги коммерческой деятельности входящие в какую группу?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Коммерческие</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Организационно-консультативные</div>	
SingleSelection	<p>помогают ориентироваться на конкретном товарном рынке.</p> <p>играют стабилизационную роль в организации процесса товарообращения, уравнивания спроса и предложения и формирования рыночных цен</p> <p>создают конкуренцию между производителями</p> <p>Это функции</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бирж</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Выставок</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Ярмарок</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Торгов</div>	1
SingleSelection	<p>Вступать в непосредственные коммерческие контакты дает возможность:</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Биржа</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Выставка</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Ярмарка</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Торги</div>	3
SingleSelection	<p>В открытая и закрытая форма работы присуща:</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Бирже</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Выставке</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Ярмарке</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Торгам</div>	4
SingleSelection	<p>«Соединяют интересы большого количества предприятий, объединений с различными направлениями хозяйственной деятельности, специализации производства. На ярмарках сосредотачиваются товары весьма широкого профиля и ассортимента». Данное</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Международная</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Всероссийская</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Зональная</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Региональная</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Муниципальная</div>	2

	определение относится к какой ярмарке или выставке по масштабу и характеру осуществляемых торговых операций?							
SingleSelection	«Привлекают к участию весьма значительное количество организаций, предприятий ряда близлежащих регионов. Ассортиментный состав предлагаемых товаров несколько уже». Данное определение относится к какой ярмарке или выставке по масштабу и характеру осуществляемых торговых операций?	<table border="1"> <tr><td>Международная</td></tr> <tr><td>Всероссийская</td></tr> <tr><td>Зональная</td></tr> <tr><td>Региональная</td></tr> <tr><td>Муниципальная</td></tr> </table>	Международная	Всероссийская	Зональная	Региональная	Муниципальная	3
Международная								
Всероссийская								
Зональная								
Региональная								
Муниципальная								
SingleSelection	«Ярмарки функционируют для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами. В организационном плане они более доступны для участников». Данное определение относится к какой ярмарке или выставке по масштабу и характеру осуществляемых торговых операций?	<table border="1"> <tr><td>Международная</td></tr> <tr><td>Всероссийская</td></tr> <tr><td>Зональная</td></tr> <tr><td>Региональная</td></tr> <tr><td>Муниципальная</td></tr> </table>	Международная	Всероссийская	Зональная	Региональная	Муниципальная	4
Международная								
Всероссийская								
Зональная								
Региональная								
Муниципальная								
SingleSelection	На выставке услуг, наиболее результативной формой участия является демонстрация:	<table border="1"> <tr><td>результатов</td></tr> <tr><td>процесса</td></tr> <tr><td>возможностей</td></tr> <tr><td>Преимуществ и выгод</td></tr> </table>	результатов	процесса	возможностей	Преимуществ и выгод	2	
результатов								
процесса								
возможностей								
Преимуществ и выгод								
SingleSelection	Биржа и ярмарка отличаются	<table border="1"> <tr><td>ассортиментом представленных товаров</td></tr> </table>	ассортиментом представленных товаров	2				
ассортиментом представленных товаров								

		регулярностью функционирования	
		свободой участия	
		представленными объектами торговли	
SingleSelection	В предложенном перечне видов ярмарок характеризуемых по масштабу и характеру торговых операций, укажите лишний элемент:	международные всероссийские зональные региональные районные	5
SingleSelection	<p>Определение возникающих потребностей, спроса, заказов потребителей, т.е. формирование портфеля заказов;</p> <p>Разработка и проведение совместных рекламных компаний;</p> <p>Проведение всех видов погрузочно-разгрузочных работ, транспортирование товаров;</p> <p>Инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;</p> <p>Максимально возможное снижение коммерческого риска.</p> <p>Это все функции оптовой торговли:</p>	<p>По отношению к производителям</p> <p>По отношению к поставщикам</p> <p>По отношению к производителям и поставщикам</p> <p>По отношению к оптовым покупателям</p> <p>По отношению к розничным покупателям</p> <p>По отношению к оптовым и розничным покупателям</p>	3
SingleSelection	<p>Преобразование производственного ассортимента в торговый,</p> <p>Организация складского хранения товарных запасов в целях оперативного маневрирования ими в</p>	<p>По отношению к производителям</p> <p>По отношению к поставщикам</p> <p>По отношению к</p>	4

	<p>случае покрытия текущей и непредвиденной потребности заказчиков,</p> <p>Предоставление логистических и сервисных услуг по реализуемому ассортименту товаров;</p> <p>Это все функции оптовой торговли:</p>	<p>производителям и поставщикам</p> <p>По отношению к оптовым покупателям</p> <p>По отношению к розничным покупателям</p> <p>По отношению к оптовым и розничным покупателям</p>	
SingleSelection	<p>Предоставление интеллектуальных услуги в целях проектирования объектов, разработки плана строительства и контроля за проведением работ, называется _____ инжиниринг</p>	<p>Технологический</p> <p>Консультативный</p> <p>Строительный</p> <p>Общий</p> <p>Комплексный</p> <p>Нет правильного ответа</p>	2
SingleSelection	<p>Поставка оборудования, техники, их монтаж и установка, называется _____ инжиниринг</p>	<p>Технологический</p> <p>Консультативный</p> <p>Строительный</p> <p>Общий</p> <p>Комплексный</p> <p>Нет правильного ответа</p>	3
MultipleSelection	<p>Функции оптовой торговли разделены:</p>	<p>По отношению к производителям</p> <p>По отношению к поставщикам</p> <p>По отношению к производителям и поставщикам</p> <p>По отношению к</p>	3,4

		оптовым покупателям		
		По отношению к розничным покупателям		
		По отношению к оптовым и розничным покупателям		

Тема 6. Посредники на рынке.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы					
SingleSelection	«Торговые организации, лица, способствующие заключению договоров, но сами не участвующие в их выполнении. (Брокеры или брокерские конторы). Сводят заинтересованных продавцов и покупателей, но не вкладывают своих средств в выполнение сделок, не фигурируют в договорах купли-продажи как сторона». Выше представлено определение какого вида посредника?	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	2
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								

SingleSelection	<p>-исследование рынка;</p> <p>- информирование о тенденциях развития товаров и рынков;</p> <p>- встреча представителей и обеспечение их товара помещением, транспортом;</p> <p>-организация деловых встреч с контрагентами;</p> <p>- рекламная деятельность;</p> <p>- создание благоприятного мнения;</p> <p>- информирование о предстоящих крупных закупках, торгах.</p> <p>Эти задачи решает какой вид посредников?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	2
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								
SingleSelection	<p>«Организации или лица, которые привлекаются продавцами или покупателями (доверителями) к совершению сделок от имени и за счет доверителей». Выше представлено определение какого вида посредника?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	1
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								
SingleSelection	<p>«Фирмы, лица и организации, которые подыскивают партнеров и подписывают договоры купли-продажи от своего имени, но за счет продавцов или покупателей (комитентов), которые и несут коммерческий риск». Выше представлено определение какого вида посредника?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	3
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								

SingleSelection	<p>исследование рынка; рекламная деятельность, техническое (сервисное) обслуживание изделий; защита коммерческих интересов комитента. Эти задачи решает какой вид посредников?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	3
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								
SingleSelection	<p>«Принимают товары на свой склад; реализуют их на рынках в течение длительного срока на условии возможности возврата производителю непроданного товара». Выше представлено определение какого вида посредника?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	4
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								
SingleSelection	<p>«Юридические или физические лица, совершающие определенные операции по поручению другого лица (принципала) за его счет и от его имени, но обычно без права подписания договора». Выше представлено определение какого вида посредника?</p>	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Консигнаторы	Агенты	5
Поверенные								
Простые								
Комиссионеры								
Консигнаторы								
Агенты								
SingleSelection	<p>Право принципала решать через кого и как будут когда продаваться какие товары, дает какое агентство: :</p>	<table border="1"> <tr><td>Простое</td></tr> <tr><td>Монопольное</td></tr> <tr><td>Преимущественное</td></tr> <tr><td>Дилерское</td></tr> <tr><td>Комбинированное</td></tr> </table>	Простое	Монопольное	Преимущественное	Дилерское	Комбинированное	1
Простое								
Монопольное								
Преимущественное								
Дилерское								
Комбинированное								
SingleSelection	<p>Обязательство принципала в первую очередь предложить товар являющийся предметом агентского соглашения - агенту, и только в случае его отказа продавать самому или</p>	<table border="1"> <tr><td>Простое</td></tr> <tr><td>Монопольное</td></tr> <tr><td>Преимущественное</td></tr> </table>	Простое	Монопольное	Преимущественное	3		
Простое								
Монопольное								
Преимущественное								

	предложить другим продавать, существует в каком агентстве: :	<table border="1"> <tr><td>Дилерское</td></tr> <tr><td>Комбинированное</td></tr> </table>	Дилерское	Комбинированное					
Дилерское									
Комбинированное									
SingleSelection	Какие операции не выполняют простые посредники?	<table border="1"> <tr><td>исследование рынка;</td></tr> <tr><td>договариваются о цене товара;</td></tr> <tr><td>организация деловых встреч с контрагентами;</td></tr> <tr><td>рекламная деятельность;</td></tr> <tr><td>создание благоприятного мнения;</td></tr> </table>	исследование рынка;	договариваются о цене товара;	организация деловых встреч с контрагентами;	рекламная деятельность;	создание благоприятного мнения;	2	
исследование рынка;									
договариваются о цене товара;									
организация деловых встреч с контрагентами;									
рекламная деятельность;									
создание благоприятного мнения;									
SingleSelection	Консигнаторы это	<table border="1"> <tr><td>разновидность комиссионеров</td></tr> <tr><td>разновидность коммивояжеров</td></tr> <tr><td>самостоятельный вид розничной торговли</td></tr> <tr><td>самостоятельный вид посреднической деятельности</td></tr> </table>	разновидность комиссионеров	разновидность коммивояжеров	самостоятельный вид розничной торговли	самостоятельный вид посреднической деятельности	1		
разновидность комиссионеров									
разновидность коммивояжеров									
самостоятельный вид розничной торговли									
самостоятельный вид посреднической деятельности									
SingleSelection	заключение договоров купли- продажи от своего имени, как с продавцами, так и с покупателями (самостоятельно); - изучение конъюнктуры рынка; реклама товаров и производителя; мониторинг содержания складов (запасы товаров); выполнение предпродажного сервиса; Эти задачи решает какой вид посредников?	<table border="1"> <tr><td>Поверенные</td></tr> <tr><td>Простые</td></tr> <tr><td>Комиссионеры</td></tr> <tr><td>Сбытовые</td></tr> <tr><td>Консигнаторы</td></tr> <tr><td>Агенты</td></tr> </table>	Поверенные	Простые	Комиссионеры	Сбытовые	Консигнаторы	Агенты	4
Поверенные									
Простые									
Комиссионеры									
Сбытовые									
Консигнаторы									
Агенты									

Тема 7. Розничная торговля.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы					
SingleSelection	Розничная торговля это:	<table border="1"> <tr><td>Метод торговли</td></tr> <tr><td>Форма торговли</td></tr> <tr><td>Способ торговли</td></tr> <tr><td>Инструмент торговли</td></tr> </table>	Метод торговли	Форма торговли	Способ торговли	Инструмент торговли	1	
Метод торговли								
Форма торговли								
Способ торговли								
Инструмент торговли								
SingleSelection	Сбор и создание банка данных конъюнктурного исследования с текущими и перспективными прогнозами состояния спроса и предложения на продукцию – это задачи:	<table border="1"> <tr><td>розничной торговли</td></tr> <tr><td>оптовой торговли</td></tr> <tr><td>консигнатора</td></tr> <tr><td>комиссионера</td></tr> </table>	розничной торговли	оптовой торговли	консигнатора	комиссионера	2	
розничной торговли								
оптовой торговли								
консигнатора								
комиссионера								
SingleSelection	На сегодняшний день видов розничной торговли:.	<table border="1"> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> <tr><td>6</td></tr> </table>	2	3	4	5	6	4
2								
3								
4								
5								
6								
SingleSelection	Магазины, занимающиеся реализацией товаров одной конкретной группы (мебель, радиотовары,	<table border="1"> <tr><td>Специализированные</td></tr> </table>	Специализированные	1				
Специализированные								

	электротовары, одежда, молоко, хлебобулочные изделия и др.), являются:	<table border="1"> <tr><td>Узкоспециализированные</td></tr> <tr><td>Комбинированные</td></tr> <tr><td>Универсальные</td></tr> <tr><td>Смешанные</td></tr> </table>	Узкоспециализированные	Комбинированные	Универсальные	Смешанные			
Узкоспециализированные									
Комбинированные									
Универсальные									
Смешанные									
SingleSelection	Магазины, продают товары многих товарных групп в специализированных секциях, являются: :	<table border="1"> <tr><td>Специализированные</td></tr> <tr><td>Узкоспециализированные</td></tr> <tr><td>Комбинированные</td></tr> <tr><td>Универсальные</td></tr> <tr><td>Смешанные</td></tr> </table>	Специализированные	Узкоспециализированные	Комбинированные	Универсальные	Смешанные	4	
Специализированные									
Узкоспециализированные									
Комбинированные									
Универсальные									
Смешанные									
SingleSelection	Магазины, осуществляют реализацию товаров нескольких групп, отражающих общность спроса или удовлетворяющих соответствующий круг потребителей (мото-вело-культтовары, книги и плакаты, хлебобулочные и кондитерские изделия, вино, фрукты, меха и др.), являются:	<table border="1"> <tr><td>Специализированные</td></tr> <tr><td>Узкоспециализированные</td></tr> <tr><td>Комбинированные</td></tr> <tr><td>Универсальные</td></tr> <tr><td>Смешанные</td></tr> </table>	Специализированные	Узкоспециализированные	Комбинированные	Универсальные	Смешанные	3	
Специализированные									
Узкоспециализированные									
Комбинированные									
Универсальные									
Смешанные									
SingleSelection	способность объединить функции оптовой и розничной торговли магазины:	<table border="1"> <tr><td>Специализированные</td></tr> <tr><td>Узкоспециализированные</td></tr> <tr><td>Комбинированные</td></tr> <tr><td>Универсальные</td></tr> <tr><td>Смешанные</td></tr> <tr><td>Сети</td></tr> </table>	Специализированные	Узкоспециализированные	Комбинированные	Универсальные	Смешанные	Сети	6
Специализированные									
Узкоспециализированные									
Комбинированные									
Универсальные									
Смешанные									
Сети									
SingleSelection	Какая структура розничного товарооборота предусматривает общее, крупное деление товаров (народного потребления и производственно-технического назначения,	<table border="1"> <tr><td>Товарно-ассортиментная</td></tr> <tr><td>Товарно-логистическая</td></tr> </table>	Товарно-ассортиментная	Товарно-логистическая	6				
Товарно-ассортиментная									
Товарно-логистическая									

	продовольственные и непродовольственные)?	Товарно-групповая Товарно-сбытовая микроструктура Макроструктура	
SingleSelection	Какая структура розничного товарооборота отражает деление продукции по назначению, производственному происхождению (хлебобулочные изделия, одежда, обувь, мебель, лесоматериалы, резино-технические изделия и др.)?	Товарно-ассортиментная Товарно-логистическая Товарно-групповая Товарно-сбытовая микроструктура Макроструктура	3
SingleSelection	Какая структура розничного товарооборота показывает удельный вес конкретной продукции в объеме реализации данного ассортимента (костюмы; пальто; спецодежда; обувь: зимняя, летняя, демисезонная; телевизоры: цветные, черно-белые, переносные и т.п.) ?	Товарно-ассортиментная Товарно-логистическая Товарно-групповая Товарно-сбытовая микроструктура Макроструктура	5
SingleSelection	Ситуация при которой покупатели имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары, относится к какому методу розничной продажи товаров:	Самообслуживание Через прилавок обслуживания Продажа товаров по образцам Продажа с открытой выкладкой Торговля по предварительным заказам	4

SingleSelection	Магазины, в которых продают товары многих товарных групп в специализированных секциях являются:	<table border="1"> <tr><td>Специализированными</td></tr> <tr><td>Узкоспециализированными</td></tr> <tr><td>Комбинированными</td></tr> <tr><td>Универсальными</td></tr> <tr><td>Смешанными</td></tr> </table>	Специализированными	Узкоспециализированными	Комбинированными	Универсальными	Смешанными	4	
Специализированными									
Узкоспециализированными									
Комбинированными									
Универсальными									
Смешанными									
SingleSelection	Предварительные заказы на продукты питания должны быть выполнены в течении:	<table border="1"> <tr><td>2 часов</td></tr> <tr><td>2-4 часов</td></tr> <tr><td>4-8 часов</td></tr> <tr><td>2-8 часов</td></tr> <tr><td>4-6 часов</td></tr> </table>	2 часов	2-4 часов	4-8 часов	2-8 часов	4-6 часов	3	
2 часов									
2-4 часов									
4-8 часов									
2-8 часов									
4-6 часов									
SingleSelection	Кроме самообслуживания, только в каком формате магазина используется еще и такой метод продаж как «через прилавок обслуживания»?	<table border="1"> <tr><td>Секонд-хенд</td></tr> <tr><td>Бутик</td></tr> <tr><td>Фирменный</td></tr> <tr><td>Стоковый</td></tr> <tr><td>Комиссионный</td></tr> <tr><td>Cash and Carry</td></tr> </table>	Секонд-хенд	Бутик	Фирменный	Стоковый	Комиссионный	Cash and Carry	2
Секонд-хенд									
Бутик									
Фирменный									
Стоковый									
Комиссионный									
Cash and Carry									
SingleSelection	Только бытовую химию и средства гигиены продают в каком формате магазина?	<table border="1"> <tr><td>Супер-триадо</td></tr> <tr><td>Арагонтер</td></tr> <tr><td>Дроггери</td></tr> <tr><td>Комбо</td></tr> <tr><td>Гарден-центр</td></tr> </table>	Супер-триадо	Арагонтер	Дроггери	Комбо	Гарден-центр	3	
Супер-триадо									
Арагонтер									
Дроггери									
Комбо									
Гарден-центр									
SingleSelection	В качестве продавцов в основном выступают малые компании в каком формате магазина?	<table border="1"> <tr><td>Power Center</td></tr> <tr><td>Outlet Center</td></tr> <tr><td>Strip Commercial</td></tr> <tr><td>Recreation Community Center</td></tr> </table>	Power Center	Outlet Center	Strip Commercial	Recreation Community Center	1		
Power Center									
Outlet Center									
Strip Commercial									
Recreation Community Center									

		Festival Center	
SingleSelection	Закон синергетического эффекта в торговле устанавливает связь между:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Ассортиментом магазинов и их географической концентрации</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Оборотом магазинов и их географической концентрации</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Конкуренцией среди магазинов и их географической концентрации</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Оборотом магазинов и предлагаемым ими ассортиментом</div>	2
SingleSelection	Объединение двух и более однородных по функциональному значению и товарному профилю торговых предприятий, находящихся в одном владении, относятся к какому виду торговых сетей по формам интеграции?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Горизонтальные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Вертикальные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">транснациональные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">региональные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">корпоративные</div>	1
SingleSelection	Торговые сети строящиеся на принципах подчинения, распорядительства и объединяющие функционально зависимых производителей, посредников, продавцов и потребителей данного продукта., относят к какому виду торговых сетей по формам интеграции?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Горизонтальные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Вертикальные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">транснациональные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">региональные</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">корпоративные</div>	2
SingleSelection	Одноформатными и мультиформатными могут быть какие торговые сети?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Горизонтальные</div>	1

		Вертикальные	
		транснациональные	
		региональные	
		корпоративные	
SingleSelection	Выберите в списке лишний формат торговой сети:	Горизонтальные	4
		Вертикальные	
		транснациональные	
		региональные	
		общенациональные	
SingleSelection	Динамическими фокальными сетями называют:	Любые фокальные сети	3
		Вертикальные фокальные сети	
		Весьма не стабильные фокальные сети	
		Торговая сеть динамично развивающаяся на рынке	
		Любые не стабильные торговые сети	
MultipleSelection	Выберите что не входит в структуру розничного оварооборота:	Товарно-ассортиментная структура	2,4
		Товарно-логистическая структура	
		Товарно-групповая структура	
		Товарно-сбытовая структура	
		микроструктура	

		Макроструктура						
MultipleSelection	Укажите, какие не существуют виды группировок форматов магазинов по территориальной концентрации:	<table border="1"> <tr><td>Изолированные торговые точки</td></tr> <tr><td>Сконцентрированные торговые точки</td></tr> <tr><td>Монопольная изоляция</td></tr> <tr><td>Конкурентная изоляция</td></tr> <tr><td>Операционная изоляция</td></tr> </table>	Изолированные торговые точки	Сконцентрированные торговые точки	Монопольная изоляция	Конкурентная изоляция	Операционная изоляция	2,4
Изолированные торговые точки								
Сконцентрированные торговые точки								
Монопольная изоляция								
Конкурентная изоляция								
Операционная изоляция								
MultipleSelection	Выберите из списка лишние виды ассортимента?	<table border="1"> <tr><td>Производственный</td></tr> <tr><td>Коммерческий</td></tr> <tr><td>Торговый</td></tr> <tr><td>Рыночный</td></tr> <tr><td>монополистический</td></tr> </table>	Производственный	Коммерческий	Торговый	Рыночный	монополистический	2,4,
Производственный								
Коммерческий								
Торговый								
Рыночный								
монополистический								

Тема 8. Электронная коммерция.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы

SingleSelection	Выберите определение электронной коммерции:	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="847 203 1174 472">любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет вместо физического обмена</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 472 1174 712">любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 712 1174 1014">любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет и электронных магазинов вместо физического обмена</td> </tr> </table>	любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет вместо физического обмена	любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена	любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет и электронных магазинов вместо физического обмена	2	
любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет вместо физического обмена							
любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена							
любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом с помощью Интернет и электронных магазинов вместо физического обмена							
SingleSelection	Если продукция, которую вы предлагаете в Интернете, не обладает особенностями, отличающими ее от схожих товаров, продающихся в магазинах или по каталогу, ее привлекательность можно увеличить:	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="847 1066 1174 1137">снизив стоимость транзакции</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1137 1174 1209">повысив уровень обслуживания</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1209 1174 1308">снизив стоимость транзакции и повысив уровень обслуживания</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1308 1174 1379">Нет правильного варианта</td> </tr> </table>	снизив стоимость транзакции	повысив уровень обслуживания	снизив стоимость транзакции и повысив уровень обслуживания	Нет правильного варианта	3
снизив стоимость транзакции							
повысив уровень обслуживания							
снизив стоимость транзакции и повысив уровень обслуживания							
Нет правильного варианта							
SingleSelection	Вопросы построения инфраструктуры для распространения информации, а так же систематизации и управления информацией, относятся к какой группе вопросов при организации электронной коммерции?	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="847 1570 1174 1626">Организационные</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1626 1174 1682">Практические</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1682 1174 1738">Маркетинговые</td> </tr> <tr> <td data-bbox="847 1738 1174 1771">Правовые</td> </tr> </table>	Организационные	Практические	Маркетинговые	Правовые	1
Организационные							
Практические							
Маркетинговые							
Правовые							

SingleSelection	Вопросы поддержания гибкой организационно-штатной структуры, а также внутренняя реорганизация и переход от иерархической структуры к «плоской», относятся к какой группе вопросов при организации электронной коммерции?	<table border="1"> <tr><td>Организационные</td></tr> <tr><td>Практические</td></tr> <tr><td>Маркетинговые</td></tr> <tr><td>Правовые</td></tr> </table>	Организационные	Практические	Маркетинговые	Правовые	1		
Организационные									
Практические									
Маркетинговые									
Правовые									
SingleSelection	Вопросы двусторонней связи с потребителем, сбор сведений о них, организация сетевых сообществ по интересам, относятся к какой группе вопросов при организации электронной коммерции?	<table border="1"> <tr><td>Организационные</td></tr> <tr><td>Практические</td></tr> <tr><td>Маркетинговые</td></tr> <tr><td>Правовые</td></tr> </table>	Организационные	Практические	Маркетинговые	Правовые	3		
Организационные									
Практические									
Маркетинговые									
Правовые									
SingleSelection	Схема оплаты за рекламу в электронной коммерции при которой предполагается плата непосредственно за нажатие на рекламный баннер, называется.	<table border="1"> <tr><td>фиксированная плата</td></tr> <tr><td>CPM</td></tr> <tr><td>CPC</td></tr> <tr><td>CPV</td></tr> <tr><td>CPA</td></tr> <tr><td>CPS</td></tr> </table>	фиксированная плата	CPM	CPC	CPV	CPA	CPS	3
фиксированная плата									
CPM									
CPC									
CPV									
CPA									
CPS									
SingleSelection	Схема оплаты за рекламу в электронной коммерции при которой расчет происходит за количество показов, подсчет которых организуется с помощью специальной программы, называется.	<table border="1"> <tr><td>фиксированная плата</td></tr> <tr><td>CPM</td></tr> <tr><td>CPC</td></tr> <tr><td>CPV</td></tr> <tr><td>CPA</td></tr> <tr><td>CPS</td></tr> </table>	фиксированная плата	CPM	CPC	CPV	CPA	CPS	2
фиксированная плата									
CPM									
CPC									
CPV									
CPA									
CPS									
SingleSelection	Если товары могут продаваться через Интернет и у организации есть возможность создания профессионального мультимедийного описания каждого продукта, то целесообразно выбрать	<table border="1"> <tr><td>Визитка (презентационный сайт)</td></tr> <tr><td>Интернет-витрина</td></tr> <tr><td>Интернет-магазин</td></tr> </table>	Визитка (презентационный сайт)	Интернет-витрина	Интернет-магазин	2			
Визитка (презентационный сайт)									
Интернет-витрина									
Интернет-магазин									

	такой тип корпоративного представительства в Интернет как:								
SingleSelection	Если компания реализует продукцию только офлайн и рекламировать товар в онлайн не имеет смысла (например слишком большой ассортимент), но целевая аудитория в Интернет представлена достаточно широко, то целесообразно выбрать такой тип корпоративного представительства в Интернет как:	<table border="1"> <tr> <td>Визитка (презентационный сайт)</td> </tr> <tr> <td>Интернет-витрина</td> </tr> <tr> <td>Интернет-магазин</td> </tr> </table>	Визитка (презентационный сайт)	Интернет-витрина	Интернет-магазин	1			
Визитка (презентационный сайт)									
Интернет-витрина									
Интернет-магазин									
MultipleSelection	Выберите лишнее в истории электронной коммерции:	<table border="1"> <tr> <td>1960 – AmericanAirlines + IBM проектируют систему автоматизации резервирования билетов (снизились издержки резервирования) 1968 – создание электронной сети заказов в ресторане Глазго</td> </tr> <tr> <td>1969 – попытка соединить компьютер в Стенфордского Университета и Калифорнийского</td> </tr> <tr> <td>1972 – создание опτικο-волоконной системы передачи данных</td> </tr> <tr> <td>1976 – сформулирована идея цифровой подписи и электронных денег</td> </tr> <tr> <td>1 января 1983 – рождение Интернета</td> </tr> <tr> <td>1990 – разрешено коммерческое использование Интернета, создаются первые системы планирования ресурсов предприятия</td> </tr> </table>	1960 – AmericanAirlines + IBM проектируют систему автоматизации резервирования билетов (снизились издержки резервирования) 1968 – создание электронной сети заказов в ресторане Глазго	1969 – попытка соединить компьютер в Стенфордского Университета и Калифорнийского	1972 – создание опτικο-волоконной системы передачи данных	1976 – сформулирована идея цифровой подписи и электронных денег	1 января 1983 – рождение Интернета	1990 – разрешено коммерческое использование Интернета, создаются первые системы планирования ресурсов предприятия	2,4
1960 – AmericanAirlines + IBM проектируют систему автоматизации резервирования билетов (снизились издержки резервирования) 1968 – создание электронной сети заказов в ресторане Глазго									
1969 – попытка соединить компьютер в Стенфордского Университета и Калифорнийского									
1972 – создание опτικο-волоконной системы передачи данных									
1976 – сформулирована идея цифровой подписи и электронных денег									
1 января 1983 – рождение Интернета									
1990 – разрешено коммерческое использование Интернета, создаются первые системы планирования ресурсов предприятия									

MultipleSelection	Выберите составляющие электронной коммерции:	<table border="1"> <tr><td>Участники</td></tr> <tr><td>Процессы</td></tr> <tr><td>Магазины</td></tr> <tr><td>Сети</td></tr> <tr><td>Логистические каналы</td></tr> </table>	Участники	Процессы	Магазины	Сети	Логистические каналы	1,2,4
Участники								
Процессы								
Магазины								
Сети								
Логистические каналы								
MultipleSelection	Отказ от единого подхода и изменение товаров и услуг в соответствии с личными потребностями потребителей называют:	<table border="1"> <tr><td>Электронный маркетинг</td></tr> <tr><td>маркетингом с обратной связью</td></tr> <tr><td>WEB-Маркетинг</td></tr> <tr><td>массовой индивидуализацией</td></tr> <tr><td>Все варианты верны</td></tr> </table>	Электронный маркетинг	маркетингом с обратной связью	WEB-Маркетинг	массовой индивидуализацией	Все варианты верны	2,4
Электронный маркетинг								
маркетингом с обратной связью								
WEB-Маркетинг								
массовой индивидуализацией								
Все варианты верны								
MultipleSelection	К способам создания и укрепления связей между фирмами и заказчиками в Интернете относят:	<table border="1"> <tr><td>Реклама</td></tr> <tr><td>интерактивные телеконференции</td></tr> <tr><td>Любая дополнительная информация</td></tr> <tr><td>посредничество</td></tr> </table>	Реклама	интерактивные телеконференции	Любая дополнительная информация	посредничество	2,4	
Реклама								
интерактивные телеконференции								
Любая дополнительная информация								
посредничество								
MultipleSelection	К типам посредников в электронной коммерции относят:	<table border="1"> <tr><td>службы создания каталогов для поиска товаров, услуг и покупателей;</td></tr> <tr><td>виртуальные «торговые ряды» для консолидации определенного типа продавцов;</td></tr> <tr><td>виртуальные рессиверы;</td></tr> <tr><td>виртуальные реселлеры;</td></tr> <tr><td>составители рейтингов Web-узлов;</td></tr> </table>	службы создания каталогов для поиска товаров, услуг и покупателей;	виртуальные «торговые ряды» для консолидации определенного типа продавцов;	виртуальные рессиверы;	виртуальные реселлеры;	составители рейтингов Web-узлов;	1,2,4,5
службы создания каталогов для поиска товаров, услуг и покупателей;								
виртуальные «торговые ряды» для консолидации определенного типа продавцов;								
виртуальные рессиверы;								
виртуальные реселлеры;								
составители рейтингов Web-узлов;								
MultipleSelection	Какие группы вопросов при организации электронной коммерции лишние?	<table border="1"> <tr><td>Организационные</td></tr> <tr><td>Практические</td></tr> <tr><td>Государственные</td></tr> <tr><td>Маркетинговые</td></tr> </table>	Организационные	Практические	Государственные	Маркетинговые	3,5	
Организационные								
Практические								
Государственные								
Маркетинговые								

		<table border="1"> <tr><td>Личностные</td></tr> <tr><td>Правовые</td></tr> </table>	Личностные	Правовые				
Личностные								
Правовые								
MultipleSelection	Какие факторы влияют на развитие электронной коммерции?	<table border="1"> <tr><td>Технологии</td></tr> <tr><td>Свойства товара</td></tr> <tr><td>Безопасность</td></tr> <tr><td>Электронные каталоги</td></tr> <tr><td>Электронная почта</td></tr> </table>	Технологии	Свойства товара	Безопасность	Электронные каталоги	Электронная почта	1,3,4,5
Технологии								
Свойства товара								
Безопасность								
Электронные каталоги								
Электронная почта								
MultipleSelection	Из предложенных возможностей электронной коммерции выберите относящиеся к возможностям поставщиков?	<table border="1"> <tr><td>Глобальное присутствие</td></tr> <tr><td>Повышение конкурентоспособности</td></tr> <tr><td>Быстрая реакция на спрос</td></tr> <tr><td>Более полная информированность о потребностях</td></tr> <tr><td>Персонализация товаров и услуг</td></tr> </table>	Глобальное присутствие	Повышение конкурентоспособности	Быстрая реакция на спрос	Более полная информированность о потребностях	Персонализация товаров и услуг	1,2,4
Глобальное присутствие								
Повышение конкурентоспособности								
Быстрая реакция на спрос								
Более полная информированность о потребностях								
Персонализация товаров и услуг								

Тема 9. Коммерческая деятельность производственного предприятия.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы			
SingleSelection	К каким функциям коммерческой деятельности производственного предприятия относят процедуры аренды и сбыта?	<table border="1"> <tr><td>Основные</td></tr> <tr><td>Вспомогательные</td></tr> <tr><td>Обеспечивающие</td></tr> </table>	Основные	Вспомогательные	Обеспечивающие	1
Основные						
Вспомогательные						
Обеспечивающие						

SingleSelection	К каким функциям коммерческой деятельности производственного предприятия относят процедуры маркетинга?	<table border="1"> <tr><td data-bbox="903 203 1235 255">Основные</td></tr> <tr><td data-bbox="903 255 1235 306">Вспомогательные</td></tr> <tr><td data-bbox="903 306 1235 358">Обеспечивающие</td></tr> </table>	Основные	Вспомогательные	Обеспечивающие	2	
Основные							
Вспомогательные							
Обеспечивающие							
SingleSelection	Чем характеризуется предприятие как объект производственно-коммерческой деятельности?	<table border="1"> <tr><td data-bbox="903 456 1235 611">наличием предпринимательского фактора</td></tr> <tr><td data-bbox="903 611 1235 714">транзакционными связями</td></tr> <tr><td data-bbox="903 714 1235 958">производственно-технологическим процессом – процессом создания продукции (услуг)</td></tr> </table>	наличием предпринимательского фактора	транзакционными связями	производственно-технологическим процессом – процессом создания продукции (услуг)	3	
наличием предпринимательского фактора							
транзакционными связями							
производственно-технологическим процессом – процессом создания продукции (услуг)							
SingleSelection	Чем обуславливается экономическая среда, окружающая предприятие?	<table border="1"> <tr><td data-bbox="903 1016 1235 1261">способом и системной организацией управления общественным производством</td></tr> <tr><td data-bbox="903 1261 1235 1473">содержанием, характером, уровнем научно-технического развития</td></tr> <tr><td data-bbox="903 1473 1235 1778">в) соотношением спроса и предложения, отражающим структуру потребления и производства товаров</td></tr> <tr><td data-bbox="903 1778 1235 1926">природными климатическими условиями</td></tr> </table>	способом и системной организацией управления общественным производством	содержанием, характером, уровнем научно-технического развития	в) соотношением спроса и предложения, отражающим структуру потребления и производства товаров	природными климатическими условиями	3
способом и системной организацией управления общественным производством							
содержанием, характером, уровнем научно-технического развития							
в) соотношением спроса и предложения, отражающим структуру потребления и производства товаров							
природными климатическими условиями							

SingleSelection	Функции коммерческого характера производственного предприятия определяются?	<div data-bbox="906 203 1267 555"> <p>процессами движения вещественного воплощения предмета коммерческой деятельности, его формирования и изменения</p> </div> <div data-bbox="906 555 1267 860"> <p>процессами движения экономического содержания предмета коммерческой деятельности, его формирования и оценки</p> </div> <div data-bbox="906 860 1267 1211"> <p>процессами движения экономического содержания предмета коммерческой деятельности, его формирования и конкурентоспособности</p> </div>	2
SingleSelection	Сбытовая деятельность предприятия – это:	<div data-bbox="906 1267 1235 1520"> <p>вся совокупность функциональной деятельности по продвижению товара на рынок</p> </div> <div data-bbox="906 1520 1235 1872"> <p>вся совокупность функциональной деятельности по осуществлению изучения спроса и потребностей покупателей</p> </div> <div data-bbox="906 1872 1235 2074"> <p>вся совокупность функциональной деятельности, осуществляемой после</p> </div>	3

		завершения производственной стадии вплоть до непосредственной продажи товара покупателю					
SingleSelection	Аренда как сбытовая функция предприятия является:	<table border="1"> <tr> <td>основной функцией технологического характера</td> </tr> <tr> <td>вспомогательной функцией технологического характера</td> </tr> <tr> <td>основной функцией коммерческого характера</td> </tr> <tr> <td>вспомогательной функцией коммерческого характера</td> </tr> </table>	основной функцией технологического характера	вспомогательной функцией технологического характера	основной функцией коммерческого характера	вспомогательной функцией коммерческого характера	3
основной функцией технологического характера							
вспомогательной функцией технологического характера							
основной функцией коммерческого характера							
вспомогательной функцией коммерческого характера							
SingleSelection	Предпродажное обслуживание как сбытовая функция предприятия является:	<table border="1"> <tr> <td>основной функцией технологического характера</td> </tr> <tr> <td>вспомогательной функцией технологического характера</td> </tr> <tr> <td>основной функцией коммерческого характера</td> </tr> <tr> <td>вспомогательной функцией коммерческого характера</td> </tr> </table>	основной функцией технологического характера	вспомогательной функцией технологического характера	основной функцией коммерческого характера	вспомогательной функцией коммерческого характера	4
основной функцией технологического характера							
вспомогательной функцией технологического характера							
основной функцией коммерческого характера							
вспомогательной функцией коммерческого характера							
SingleSelection	Территориально целостные производственные предприятия, с относительно узкой предметной специализацией, в своей коммерческой работе	<table border="1"> <tr> <td>предметная</td> </tr> <tr> <td>централизованная,</td> </tr> <tr> <td>децентрализованная</td> </tr> </table>	предметная	централизованная,	децентрализованная	2	
предметная							
централизованная,							
децентрализованная							

	используют какую форму организации и управления коммерческой деятельности	технологическая смешанная	
SingleSelection	Территориально разобщенные производственные предприятия, с относительно широкой предметной специализацией, в своей коммерческой работе используют какую форму организации и управления коммерческой деятельности	предметная централизованная, децентрализованная технологическая смешанная	3
SingleSelection	Территориально разобщенные производственные предприятия, с относительно узкой предметной специализацией, в своей коммерческой работе используют какую форму организации и управления коммерческой деятельности	предметная централизованная, децентрализованная технологическая смешанная	5
SingleSelection	Что является объектом материально-технического обеспечения в коммерческой деятельности производственного предприятия	материально-технические ресурсы коммерческая деятельность в целом внутренние потребители материально-технических ресурсов производственное предприятие и поставщики материально-технических ресурсов	1
SingleSelection	Что является предметом материально-технического обеспечения в коммерческой деятельности производственного предприятия	материально-технические ресурсы коммерческая деятельность в целом внутренние потребители материально-технических ресурсов производственное предприятие и	2

		поставщики материально- технических ресурсов					
MultipleSelection	Основными направлениями коммерческой деятельности производственного предприятия являются:	<table border="1"> <tr> <td>осуществляемая предприятиями по оказанию услуг не материального характера, для которых эта деятельность является основной;</td> </tr> <tr> <td>осуществляемая предприятиями по оказанию услуг материального характера (торговыми, лизинговыми и др.), для которых эта деятельность является основной;</td> </tr> <tr> <td>осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство</td> </tr> <tr> <td>осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые не относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство</td> </tr> </table>	осуществляемая предприятиями по оказанию услуг не материального характера, для которых эта деятельность является основной;	осуществляемая предприятиями по оказанию услуг материального характера (торговыми, лизинговыми и др.), для которых эта деятельность является основной;	осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство	осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые не относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство	2,4
осуществляемая предприятиями по оказанию услуг не материального характера, для которых эта деятельность является основной;							
осуществляемая предприятиями по оказанию услуг материального характера (торговыми, лизинговыми и др.), для которых эта деятельность является основной;							
осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство							
осуществляемая производственными предприятиями в рамках соответствующих предпринимательских функций, которые не относятся к основной деятельности, тогда как центральной функцией производственного предприятия является производство							
MultipleSelection	Специфика коммерческой деятельности производственного предприятия будет определяться:	<table border="1"> <tr> <td>Размерами бизнеса</td> </tr> <tr> <td>Организацией предприятия</td> </tr> <tr> <td>Отраслевой</td> </tr> </table>	Размерами бизнеса	Организацией предприятия	Отраслевой	2,4	
Размерами бизнеса							
Организацией предприятия							
Отраслевой							

		принадлежностью предприятия	
		Типом предприятия	
		Системой государственного регулирувания	
MultipleSelection	В зависимости от содержания обслуживаемых процессов функции коммерческой деятельности производственного предприятия делятся на:	Коммерческие Технологические Производственные Самостоятельные Основные	1,2

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Тренинг

Тема 10. Искусство продаж в коммерческой деятельности.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Тренинг поведения покупателя и продавца Презентация этапов продаж

Тренинг - форма изучения и усвоения теории с последующим практическим закреплением. После тренинга студент должен самостоятельно уметь применять в жизни то, чему он натренировался.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если практически в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат не ниже запланированного, но ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями не существенного с точки зрения результата, характера.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны не все ранее изученные рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), продемонстрирован результат ниже запланированного, ряд рекомендаций алгоритма не выполнен или выполнен с замечаниями.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если на практике в моделируемой ситуации показаны единичные изученные ранее рекомендации по действиям в ситуации (в соответствии с алгоритмом), запланированный результат не показан, рекомендации алгоритма не выполнены.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
-------------------------------	--------------------------------------

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Понятие и содержание коммерческой деятельности
2. Назначение и роль коммерческой деятельности в экономических процессах
3. Понятие коммерческой деятельности и характеристика ее принципов
4. Основная нормативно-правовая база коммерческой деятельности
5. Вспомогательная нормативно-правовая база коммерческой деятельности
6. Характеристика субъектов коммерческой деятельности
7. Характеристика объектов коммерческой деятельности
8. Сделка как категория коммерческой деятельности, их классификация
9. Сделка как категория коммерческой деятельности, формы сделок
10. Договор как категория коммерческой деятельности, виды договоров
11. Договор как категория коммерческой деятельности, порядок заключения договоров
12. Понятие внешнеторговой коммерческой операции и их виды
13. Резспортные и реимпортные сделки во внешнеторговой коммерческой деятельности
14. Виды торгово-посреднических операций в международных сделках
15. Этапы технологии коммерческой деятельности
16. Содержание технологии коммерческой деятельности
17. Укрупненная характеристика стадий планирования при организации снабжения в коммерческой деятельности
18. Стадии планирования при организации снабжения в коммерческой деятельности (подробная характеристика двух по выбору)
19. Содержание процессов при изучении рынка материальных ресурсов
20. Критерии (вопросы) оценки поставщиков сырья при организации коммерческой деятельности на предварительном этапе взаимодействия
21. Критерии (вопросы) оценки поставщиков сырья при организации коммерческой деятельности на окончательном этапе взаимодействия
22. Бюджет материального обеспечения – понятие, назначение в коммерческой деятельности
23. Бюджет материального обеспечения – понятие и состав и порядок формирования
24. Процесс организации снабженческо-закупочной деятельности в коммерции
25. Критерии этапов выбора поставщика
26. Приемка товара по качеству и количеству
27. Формы и порядок расчетов при закупке материальных ресурсов
28. Содержание и порядок вексельной формы расчетов
29. Содержание и порядок аккредитивной формы расчетов
30. Расчеты в России и с зарубежными партнерами
31. Расчеты банковскими переводами
32. Инкассовая форма расчетов
33. Товарораспорядительные документы – назначение и виды
34. Товарные запасы – понятие и классификация.
35. Ответственности сторон в закупочной деятельности
36. Сбыт как категория коммерческой деятельности – понятие и задачи
37. Содержательные аспекты сбытовой политики

38. Планирование ассортимента продукции в коммерческой деятельности и его составные части
39. Содержание прогнозирования сбыта как составной части процедуры планирования сбыта
40. Содержание разработки плана сбыта как составной части процедуры планирования сбыта
41. Содержание выбора канала сбыта как составной части процедуры планирования сбыта
42. Направления совершенствования сбыта в коммерческой деятельности
43. Оптовая торговля как категория коммерческой деятельности – понятие и назначение в рыночных процессах
44. Оптовая торговля как категория коммерческой деятельности – принципы, задачи
45. Оптовая торговля как категория коммерческой деятельности (понятие, функции, формы)
46. Функционирование товарной и товарно-сырьевых бирж в коммерческой деятельности
47. Содержание деятельности ярмарок и в коммерческой деятельности
48. Содержание деятельности выставок в коммерческой деятельности. Этапы выставочной деятельности
49. Содержание деятельности ярмарок в коммерческой деятельности. Направления ярмарочной деятельности,
50. Торги как категория коммерческой деятельности
51. Содержание и особенности проведения открытых и закрытых торгов
52. Аукцион как форма проведения торгов, виды аукционов в коммерческой деятельности
53. Инжиниринг как вид коммерческих операций
54. Посредническая деятельность, виды и задачи посредников
55. Посредническая деятельность, права и вознаграждение посредников
56. Посредники в коммерческой деятельности – поверенные и консигнаторы – права и обязанности
57. Посредники в коммерческой деятельности - принципал и поверенный - права и обязанности
58. Сбыт через независимые посреднические структуры
59. Торговые дома как участники коммерческой деятельности, их классификация
60. Розничная торговля как категория коммерческой деятельности – понятие и роль в экономических процессах
61. Розничная торговля как категория коммерческой деятельности – функции розничной торговли
62. Розничная торговля как категория коммерческой деятельности (понятие, содержание видов)
63. Розничная торговля как категория коммерческой деятельности (понятие, структура розничного товарооборота)
64. Типы и магазинов в России и за рубежом
65. Форматы торговых точек
66. Торговый ассортимент – понятие, видовая структура
67. Процесс и формы товароснабжения при розничной продаже товаров
68. Понятие электронной коммерции, этапы становления и развития.
69. Составляющие и процессы электронной коммерции.
70. Факторы ценности товара для потребителя электронной коммерции.
71. Способы укрепления связей между потребителями и заказчиками.
72. Типы посредников в электронной коммерции.
73. Направления действий при внедрении электронной коммерции.

74. Факторы влияющие на развитие электронной коммерции.
75. Направления снижения издержек при использовании электронной коммерции.
76. Структура методов продвижения сайта.
77. Коммерческие связи – понятие и принципы
78. Группировка коммерческих связей
79. Комплекс коммерческих услуг – понятие, назначение, виды.
80. Особенности и принципы коммерческой деятельности производственного предприятия
81. Структура и организация управления коммерческой деятельностью производственного предприятия
82. Материально-техническое обеспечение производственного предприятия в контексте коммерческой работы.
83. Коммерческая служба производственной организации – цели и задачи.
84. Структура и должностные обязанности сотрудника коммерческой службы.
85. Управление клиентами в продажах - мотивы выбора потребителей.
86. Управление клиентами в продажах - учет психологических и поведенческих типов клиентов.
87. Процедуры продаж - что сопутствует успешным продажам, базовые принципы продаж.
88. Этапы продаж. Вопросы в продажах.
89. Этапы продаж. Презентация при продаже.
90. Этапы продаж. Правила разговора о цене.
91. Этапы продаж. Работа с возражениями.
92. Этапы продаж. Приемы завершения сделки.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы,

конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой проверку домашних индивидуальных заданий и домашних (и аудиторных) групповых заданий. Задача преподавателя – проверить факт выполнения задания и его правильность. В случае необходимости указывается студентам на способы и варианты правильного выполнения задания с учетом индивидуальных особенностей условий при которых выполнялось задание

Промежуточный контроль– представляет собой оценку тестовых материалов по темам дисциплины

Итоговый рейтинг определяется исходя из выполненных и защищенных индивидуальных и групповых работ, а так же итогового тестирования по темам учебной дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Киселева Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова, 2010. - 190 с. [1]

Синяева И. М. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев, 2019. - 1 on-line, 404 с.

7.2. Дополнительная учебная литература

Кирюхина, А. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие / А. Н. Кирюхина. — Кемерово : КемГУ, 2011. — 132 с. — ISBN 978-5-89289-667-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/4833> (дата обращения: 17.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Девятловский, Д. Н. Организация и управление коммерческой деятельностью на предприятии: Курс лекций для студентов специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности очной, заочной, очно-заочной форм обучени : учебное пособие / Д. Н. Девятловский. — Красноярск : СибГТУ, 2013. — 211 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72938> (дата обращения: 17.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учеб. для вузов/ Р. И. Бунеева. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. - 350 с.: рис., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 344-346 (34 назв.). - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-222-19113-2: 396.20, 396.20, р.

Варлей, Р. Управление розничными продажами. Мерчандайзинг: учебник : пер. с англ./ Розмари Варлей. - М.: Проспект, 2004. - 271 с.: ил.. - Библиогр.в конце гл.. - ISBN 5-7986-0088-2: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

Диянова, С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учеб. пособие для вузов/ С. Н. Диянова, Н. И. Денисова. - М.: Магистр; М.: ИНФРА-М, 2012. - 381, [1] с.: ил. - Вариант загл.: Организация и управление коммерческой деятельностью. - Библиогр.: с. 381-382 (32 назв.). - ISBN 978-5-9776-0241-9. - ISBN 978-5-16-005731-6: 288.75, 288.75, р. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

Мельник, М. В. Анализ и контроль в коммерческой организации: [учебник]/ М. В. Мельник, В. В. Бердников. - М.: Эксмо, 2011. - 558, [1] с.: ил., табл.. - (Полный курс MBA). - Библиогр.: с. 547-550 (61 назв.) и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-699-41308-9: 569.25, 569.25, р. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

Минько, Э. В. Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия: учеб. пособие для вузов/ Э. В. Минько, А. Э. Минько; под ред. А. В. Самойлова. - М.: Финансы и статистика; М.: Инфра-М, 2010. - 606, [1] с. - Библиогр.: с. 593-599 (117 с.). - ISBN 978-5-279-03429-1. - ISBN 978-5-16-004602-0: 481.36, 481.36, р. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Свободны / free: ч.з.N5(1)

Сибирская, Е. В. Электронная коммерция: учеб. пособие для вузов/ Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. - М.: ФОРУМ, 2012. - 287 с.: ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 275-277 (34 назв.). - Библиогр.: с. 275-277. - ISBN 978-5-91134-229-6: 360.00, 360.00, р.

Сбытовая система производственного предприятия [Электронный ресурс]: учеб. видеокейс/ авт. сцен. Т. А. Столбова. - СПб.: Решение: учеб. видео, 1999-2012. - 1 эл. опт. диск (CD-DV) (20 мин.) + 1 бр.. - (Коммерция). - Загл. с папки. - (в пап.): 4862.00, 4862.00, р.

7.4. Нормативные документы

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).
7. <http://www.aup.ru/> - библиотека административно-управленческого портала.
8. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary

9. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
10. <http://www.worldscinet.com> - международные научные журналы издательства World Scientific Publishing
11. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
12. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
13. <http://www.usconsult.ru/biblio.html> - библиотека розничной торговли
14. <http://eur.ru/Catalog/63-All.asp> - электронная библиотека «Экономика и управление на предприятии»
15. <http://www.koob.ru> – электронная библиотека
16. <http://www.wto.ru/russia.asp?f=target&t=9> – Россия и ВТО
17. http://www.ved.gov.ru/vnesheconom/vto/russia_vto/ - Министерство экономического развития РФ
18. (<http://www.minfin.ru/ru/>) - Министерство финансов РФ
19. <http://standartgost.ru/> - ГОСТы РФ
20. <http://рспп.рф/> - Российский союз промышленников и предпринимателей

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Рекомендации по написанию курсовой работы

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа является одним из важнейших видов учебного процесса и выполняется студентами в соответствии с учебным планом. Основной целью написания и защиты курсовой работы заключается в выявлении, углублении, систематизации и

закреплении теоретических и практических знаний студентов, полученных в процессе изучения учебного материала дисциплины «Коммерческая деятельность».

Курсовая работа является самостоятельным и законченным научным трудом студента с элементами новизны, имеющими практическую значимость. Она базируется на изучении законов, нормативных и методических материалов, литературных источников, а также на практическом материале, экспериментальных и статистических данных.

Выполнение курсовой работы должно способствовать углубленному усвоению лекционного курса и приобретению навыков в области решения задач и ситуаций возникающих при функционировании организаций в рыночных процессах. При выполнении курсовой работы студент должен показать глубокие знания законов, явлений, фактов, анализа ситуации, критического подхода и выработке рекомендаций по имеющейся ситуации, продемонстрировать умение творчески применять полученные знания в практической работе.

По согласованию с преподавателем дисциплины, курсовая работа может выполняться малой группой студентов.

УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

На качество курсовой работы существенное влияние оказывает умелое использование практического материала, его критическое осмысление и обработка, что является важным этапом в подготовке и написании курсовой работы.

Студент совместно с руководителем уточняет круг вопросов, подлежащих изучению и возможно экспериментальной проверке, составляет план исследования, структуру работы, сроки выполнения ее этапов, определяет необходимую литературу и другие материалы.

Тематика и требования к написанию работы тесно связаны с разделами и темами дисциплины, а так же с требованиями к квалификационному уровню студентов обучающихся по соответствующей специальности.

Курсовая работа является самостоятельным, научным и законченным трудом студента. Работа должна быть выполнена в установленные сроки.

Целью написания курсовой работы является использование изученных аспектов коммерческой деятельности организации.

Общий вид темы работы един для всех. Автор работы (авторский коллектив) выбирает любое направление коммерческой деятельности виртуального или реального предприятия и излагает практическое применение данного направления на примере конкретной организации.

ТЕМА: «Использование инструментов коммерческой деятельности в управлении _____»

ПРИМЕР: «Использование инструментов коммерческой деятельности в управлении ООО «Онлайн»

С позиции практической значимости результатов работы для организации на примере которой излагается материал, выполненная работа позволяет предложить хозяйствующему субъекту информацию и механизм для последующих управленческих решений в условиях рыночной экономики.

Разделы (составные части) коммерческой деятельности, на примере которых должна выполняться работа, соответствует содержанию тем рабочей программы дисциплины «Коммерческая деятельность»:

1. Выбор направления деятельности – обоснование выбора.
2. Выбор организационно-правовой формы деятельности (обоснование).
3. Структура управления.
4. Какие нормативно-правовые акты будут регулировать Вашу деятельность прежде всего и в том числе.
5. План действий (в виде схемы) по открытию Вашего коммерческого предприятия (с возможными дополнительными организационными шагами).
6. Разработка публичной (не публичной) оферты.
7. Разработка бюджета материального обеспечения.
8. Разработка сметы по «запуску» или функционированию коммерческого предприятия.
9. Расчет точки безубыточности объекта коммерческой деятельности групп.
10. Разработке сбытовой политики:
 - 10.1. Характеристика по критериям планирования ассортимента (1-4).
 - 10.2. План сбыта (разработка).
 - 10.3. Выбор канала сбыта и вида сбыта.
 - 10.4. Действия по совершенствованию (мероприятия) сбыта.
11. Работа с посредниками.
 - 11.1. Наши посредники
 - 11.2 К какому виду посредников они относятся?
 - 11.3 Их функции (круг задач).
 - 11.4 Форма вознаграждения для каждого (обоснование).
12. Розничная торговля.
 - 12.1 Вид розничной торговли (с обоснованием).
 - 12.2 Вид магазина (с обоснованием).
 - 12.3 Метод розничной продажи товара.
 - 12.4 Форма завоза в магазин (с обоснованием).
 - 12.5 Обосновать содержание ассортимента (группы, подгруппы, виды, широта, глубина).
13. Создание проекта сайта коммерческой структуры.

НАПИСАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ РАЗДЕЛОВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Введение.

2-3 страницы текста, где раскрывается актуальность, своевременность и значение выбранной темы (в т.ч. для региона), указывается объект исследования, формулируется практическая значимость, обосновывается структура работы, освещаются цели, задачи работы.

2. Главы (разделы) работы.

Главы представлены нумерацией разделов, которые ранее обозначенные к обязательному освещению (13 разделов). Каждый раздел подробно описывается. Приводятся расчеты и другие, информационные и статистические материалы доказывающие, обосновывающие мнение и суждение автора (авторского коллектива).

Заключение.(1 - 2 страницы текста)

Отражаются основные результаты выполненной работы, важнейшие выводы и рекомендации, предложения по их практическому использованию. Можно указать и народнохозяйственную, научную, социальную ценность результатов работы. Дается характеристика степени достижения целей и задач работы.

Список использованной литературы.

В список использованной литературы включаются все источники информации, изученные и проработанные студентом в процессе выполнения курсовой работы. Минимальное рекомендуемое количество источников 8-12.

Приложения.

В приложениях помещаются (при необходимости) иллюстративные материалы, имеющие вспомогательное значение (таблицы, схемы, диаграммы и т.п.).

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна быть содержательной и самостоятельной, правильно оформленной в соответствии с ГОСТ на оформление результатов НИР.

Курсовая работа должна быть выполнена в компьютерном варианте, на одной стороне листа белой бумаги формата А4. В виде исключения допускается выполнение работы в рукописном варианте при условии аккуратного и четкого ее написания (с учетом объема машинописи). Листы работы сшиваются в папке-скоросшивателе или переплетаются.

В тексте работы не должно быть сокращений слов, за исключением общепринятых.

Содержание работы следует иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, возможно фотографиями и рисунками. Графическому материалу по тексту следует давать пояснения. Для иллюстраций, таблиц и схем возможно применение листов формата А3.

Работа должна иметь:

1. Титульный лист.
2. Содержание с указанием страниц работы.
3. Основную часть (введение, главы, заключение).
4. Список использованной литературы.
5. Приложения.

Страницы работы нумеруют арабскими цифрами. Нумеруются также разделы, главы и т.д.

Ссылки на источники допускается приводить либо в подстрочном варианте, либо указывать порядковый номер по списку использованной литературы.

Если в работе более одного приложения, их тоже нумеруют.

Оформление приложений в работе осуществляется в следующем порядке:

- Приложения оформляют как продолжение работы на последующих ее страницах, располагая их в порядке появления ссылок в тексте;
- Каждое приложение следует начинать с нового листа (страницы) с указанием в правом верхнем углу страницы слова «Приложение», и иметь содержательный заголовок. Если в работе более одного приложения, их нумеруют последовательно.

При подготовке курсовой работы студент может использовать по своему усмотрению опубликованные работы по теме, материалы периодической печати и т.д. Список литературы должен содержать перечень источников, использованных при выполнении работы. В список в обязательном порядке включаются все источники, на

которые сделаны ссылки в работе. Литература излагается в алфавитном порядке, в следующей последовательности:

1. Специальная научная отечественная и зарубежная литература (монографии, брошюры, журнальные и газетные статьи);
2. Законодательные и нормативно-методические документы и материалы;
3. Статистические материалы.

Сведения о книгах (монографии, учебники, справочники и т.п.) должны включаться в следующей последовательности: фамилия и инициалы автора, заглавие книги, место издания, издательство, год издания, общее количество страниц. Допускается сокращение названий городов. Сведения о статьях из периодических (продолжающихся) изданий должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование изданий (журналов), год выпуска, номер издания, страницы, на которых помещена статья.

ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

При оценке работы учитываются содержание работы, степень самостоятельности написания, научная и практическая обоснованность выводов и предложений, качество используемого материала, его актуальность и современность (срок давности), а также уровень грамотности (общий и специальный). Курсовая работа защищается перед преподавателем, который определяет уровень теоретических знаний и практических навыков студента, соответствие работы предъявляемым к ней требованиям. Курсовая работа должна быть защищена до сдачи экзамена, что является одновременно и допуском к сдаче экзамена.

На защите студент должен кратко изложить содержание работы, дать исчерпывающие ответы на замечания и вопросы преподавателя.

Каждая курсовая работа с учетом его содержания оценивается по пятибалльной системе.

Высшая оценка «отлично» ставится за всестороннюю глубокую разработку темы на основе широкого круга источников информации; критическое отношение к использованному материалу, самостоятельность суждений, правильность расчетов и выводов; при этом не должно быть существенных недостатков в стиле изложения.

Оценка «хорошо» ставится при нарушении одного из вышеизложенных требований, например, в случае ошибок в расчетах, выводах, но при условии достаточно полной, глубокой и самостоятельной проработки темы, а также соблюдении всех других требований (глубина, широта информации и т.д.).

Оценка «удовлетворительно» ставится за работу, текст и цифровые данные которой свидетельствуют о том, что студент ознакомился с темой и проработал основные источники, без привлечения которых работа вообще не могла быть выполнена, однако в работе много ошибок в расчетах и выводах или недостаточно самостоятельно проработанного материала.

Курсовую работу, которую руководитель признал неудовлетворительной, возвращается для доработки с учетом высказанных замечаний.

Студенты, не защитившие курсовую работу, считаются имеющими академическую задолженность и не допускаются к сдаче экзамена по данной дисциплине до ликвидации данной задолженности.

При подготовке работы малой группой студентов, оценка выставляется каждому исполнителю с учетом его уровня ответов по содержанию работы. Оценка не носит

коллективный характер оценивания. Возможно совпадение оценок у исполнителей работы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций

Microsoft Teams, Zoom (или аналоги) – для проведения занятий в формате онлайн

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)
3. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
4. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
5. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
6. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.
- 4) При реализации курса в онлайн-формате необходим компьютер с техническими возможностями реализации Microsoft PowerPoint, Microsoft Teams (или Zoom и его аналоги).

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Кросскультурный менеджмент»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ
рабочей программы учебной дисциплины
«Кросс-культурный менеджмент»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры	8
3. Объем дисциплины в зачетных единицах	9
4. Содержание дисциплины	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	14
6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	14
6.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	17
6.3 Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	19
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	19
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	26
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	27

Наименование дисциплины (модуля) – «Кросс-культурный менеджмент».

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной направления 38.03.02 Менеджмент программа "Маркетинг"

Целью изучения дисциплины «Кросс-культурный менеджмент» является овладение обучающимися современным аппаратом в сфере инновационной экономики, организации и управления соответствующих ей предпринимательских структур в кросс культурном контексте

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Знать: методы социального взаимодействия и работы в команде	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Уметь: выполнять свою роль в команде и социально взаимодействовать		
Владеть: навыками социального взаимодействия и ролевого участия в командной работе		

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Кросскультурный менеджмент» представляет собой дисциплину по выбору (Б1.О.23) по подготовке бакалавров по направлению 38.04.02 "Менеджмент", магистерская программа "Маркетинг".

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в представленной ниже таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-3	Менеджмент	Кросс культурный менеджмент	Выполнение ВКР

Дисциплина изучается: на 4 курсе во 7 семестре.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	42.25
Лабораторные	-
Практические	32.35
Самостоятельная работа	65.75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе								
		Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		лекции	Онлайн-обучение	Прочая самостоятельная работа	Практические	Онлайн-обучение	Прочая самостоятельная работа			
Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель.	24	4	2	2	8	2	3	3		
Тема 2. Инвентаризация и анализ времени.	33	4	2	6	8	5	5	3		
Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение.	25	4	2	2	4	5	5	3		
Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	25	4	2	2	4	5	5	3		
Итого	108	16	8	12	24	17	18	12	0,25	0,75
Контактная работа	74.50	16			24			12	0,50	

Самостоятельная работа	65,75	8	12	17	18	0,75
Промежуточная аттестация	Зачет					

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование разделов и тем-курса	Содержание темы
1.	Культура и менеджмент	Определение мультикультурной команды Признаки и особенности мультикультурной команды
2.	Межкультурная коммуникация: барьеры и способы преодоления.	Иерархичные и эгалитарные команды Стиль принятия решений в иерархичной и эгалитарной командах
3.	Лидерство, мотивация, конфликты и принятие решений	Высокий и низкий контексты коммуникаций Прямой и непрямой стили общения ИмPLICITный и эксплицитный стили коммуникации
4.	Переговоры в кросс культурном пространстве	Монохромные и полихромные культуры Управление в стиле Agile

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Культура и менеджмент	Организационная культура и национальная культура: динамика взаимодействия
2	Межкультурная коммуникация: барьеры и способы преодоления.	Иерархичные и эгалитарные команды Стиль принятия решений в иерархичной и эгалитарной командах
3	Лидерство, мотивация, конфликты и принятие решений	Высокий и низкий контексты коммуникаций Прямой и непрямой стили общения ИмPLICITный и эксплицитный стили коммуникации
4	Переговоры в кросс культурном пространстве	Монохромные и полихромные культуры Управление в стиле Agile

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование	Тематика самостоятельных работ

1	1. Культура и менеджмент.	Организационная культура и национальная культура: динамика взаимодействия
2	Межкультурная коммуникация: барьеры и способы преодоления.	Вербальная и невербальная коммуникация. Прямой и непрямой стиль общения Имплицитная и эксплицитная коммуникация
3	Лидерство, мотивация, конфликты и принятие решений.	Иерархичные и эгалитарные команды Стиль принятия решений в иерархичной и эгалитарной командах
4	Переговоры в кросс культурном пространстве	Монохромные и полихромные культуры Управление в стиле Agile

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Онлайн-лекции
- Презентации и тексты лекций
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по курсу

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Культура и менеджмент	УК-3	тестирование		письменно
Тема 2. Коммуникация в мультикультурных командах: стиль и контекст	УК-3	тестирование		письменно
Тема 3. Лидерство и принятие решений в команде	УК-3	кейс		письменно
Тема 4. Переговоры в кросс-культурном контексте	УК-3	кейс		письменно
			Зачет	Устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения курса

Код компетенции	УК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает методы социального взаимодействия и работы в команде	1,2,3,4
2	Умеет социально взаимодействовать и работать в команде	1,2,3,4
3	Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в процессе освоения курса

УК-3				Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знание методосоциального взаимодействия	Знание и умение социального взаимодействия и реализации роли в команде	Владение методологией социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	Зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использо-	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподава-	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дис-

<p>ванию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>телем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>циплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>
--	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках изучения учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Культура и менеджмент

Проверяемые компетенции

УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	--

Организационная и национальная культуры, динамика их взаимодействия

Тема 2. Межкультурная коммуникация, барьеры и способы их преодоления

УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	--

Высокий и низкий контексты коммуникации

Прямой и непрямой стили коммуникации

Ясный и амбивалентный стили общения

6.3.2 Практические задания

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Практические задания

Решение кейсов

Тема 3. Лидерство и принятие решений в команде

Проверяемые компетенции

УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	--

Проверяемые компетенции

УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	--

Пример кейса.

Николай успешно закончил обучение в одном из ведущих Российских университетов по специальности «промышленная инженерия» и получил несколько приглашений на работу от различных мультинациональных компаний. Он выбрал компанию, где ценили личный вклад каждого в успех компании и развитие местного сообщества.

Со временем Николай убедился в правильном выборе компании, которая серьезно инвестировала в развитие профессионального развития сотрудников. Уважение и поддержка со стороны руководства также мотивировали Николая посвящать себя служению интересам компании.

Однажды, просматривая материалы по национальным, государственным и местным постановлениям относительно охраны окружающей среды, Николай обнаружил, что одно из постановлений позволяет значительно снизить уровень выброса вредных веществ в атмосферу, что противоречило международным стандартам по данному вопросу.

Николай перепроверил данные по своей компании и пришел к выводу, что уровень вредных выбросов в атмосферу действительно превышал норму, и это угрожало нарушением международных соглашений в области здравоохранения и охраны окружающей среды.

Николай обратился к своему ментору Владимиру, с которым у него сложились дружеские отношения и показал ему результаты своего исследования в надежде найти поддержку.

Владимир, выслушав Николая, ответил, что компания действует в рамках местного законодательства и вполне владеет ситуацией. Он добавил, что такое постановление было одобрено «нужными людьми» в международном руководстве компании. Заканчивая разговор, Владимир добавил: «Ты же не хочешь навлечь на нас беду? И вообще я считал, что мы стали настоящими друзьями».

Николай сомневается, оставить ли это дело в руках более опытных людей или обратиться к профессору в своем университете, чтобы попытаться убедить компанию изменить уровень допустимых вредных выбросов в атмосферу?

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none">– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;– свободное владение профессиональной терминологией;– умение высказывать и обосновать свои суждения;– студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы;– студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none">– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией,

Оценка	Критерии оценивания
	осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет** который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

Проверяемые компетенции:

УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	--

. Вопросы к зачету

1. Культурная синергия в мультикультурной компании
2. Кросс-культурная коммуникация: барьеры и пути их преодоления
3. Сравнительный анализ концепций лидерства в кросс-культурной среде
4. Разрешение конфликтов и принятие решений: синергетический подход
5. Социокультурные аспекты кросс-культурного менеджмента человеческих ресурсов
6. Организационная культура и организационное поведение: кросс культурный подход
7. Переговоры с международными партнерами: кросс-культурный анализ.

8. Мотивация в мультикультурной среде.
9. Международная карьера. Виды карьеры и их характеристика.
10. Кросс культурная адаптация. Этапы и характеристика

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой проверку индивидуальных заданий и групповых заданий по темам курса и онлайн-тестирование. Задача преподавателя – проверить факт выполнения задания и его правильность.

Наименование темы (раздела) курса	Форма текущего контроля
Тема 1. Культура и менеджмент	Онлайн-тестирование практические задания
Тема 2. Кросс культурная Коммуникация в мультикультурной команде	Онлайн-тестирование практические задания
Тема 3. Лидерство и принятие решений	Онлайн-тестирование практические задания
Тема 4. Переговоры в кросс-культурном контексте	практические задания

Критерии и шкала оценивания компетенций при выполнении практических заданий

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задание выполнено не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задание не выполнено.

Промежуточный контроль – не предусмотрен

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1 Психология менеджмента: теория и практика : учеб. для бакалавров вузов/ В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, А. А. Соломатин; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Юрайт, 2014. - 367, [2] с.: ил., табл.. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 367-368 (20 назв.). - ISBN 978-5-9916-3065-8: 368.83, р.

2 Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 398 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432949>

7.2. Дополнительная учебная литература

Психология менеджмента: теория и практика : учеб. для бакалавров вузов/ В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, А. А. Соломатин; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - М.: Юрайт, 2014. - 367, [2] с.: ил., табл.. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 367-368 (20 назв.). - ISBN 978-5-9916-3065-8: 368.83, р.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после

окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. Текущий контроль включает выполнение текущих заданий по дисциплине, тестирование, написание реферата, решение кейса. Текущий контроль осуществляется в БРС системе и может быть:

Аудиторным контролем - включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторным контролем - включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку конспекта по новой теме, разработку творческих заданий, написание реферата, решение кейса, написание эссе по книге и пр.

Рубежным контролем - проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, написание реферата.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность ответа по сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль осуществляется в БРС системе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Макроэкономика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«МАКРОЭКОНОМИКА»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	10
4.3. Тематика самостоятельных работ	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	14
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	17
6.3.1 Тестовые задания	17
6.3.2 Задачи	23
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	27
6.3.4. Решение кейсов	31
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	34
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	38
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	38
7.1. Основная учебная литература	38
7.2. Дополнительная учебная литература	Ошибка! Закладка не определена.
7.2.1. Для самостоятельной работы	40
7.3. Нормативные документы	41
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	41

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	41
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	49
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	49

Наименование дисциплины (модуля)

«МАКРОЭКОНОМИКА»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Макроэкономика» является изучение основных экономических законов, моделей и методов, а также инструментов государственного регулирования на уровне национальной экономики и формирование у учащихся системы знаний, умений и навыков использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">-основные законы и закономерности проявления экономических процессов на уровне национальной экономики-причины и последствия макроэкономических явлений-особенности воздействия макроэкономических факторов в различных сферах деятельности-модели, методы и инструменты, применяемые в экономической науке на уровне национальной экономики <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">-выявлять и оценивать макроэкономические факторы,-оценивать последствия воздействия макроэкономических факторов на деятельность организации-работать с источниками макроэкономической информации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">-навыками принятия решений в условиях воздействия макроэкономических факторов-методами и инструментами исследования макроэкономических процессов	ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Макроэкономика» представляет собой дисциплину обязательной части профессионального цикла (Б1.О.12) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	Экономическая теория Микроэкономика	Макроэкономика	Финансовый менеджмент Маркетинговые коммуникации Финансовый анализ Банковские операции Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 1 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	8
Индивидуальная контактная работа	0,35
Часов аудиторных занятий, всего	64,35
Самостоятельная работа	143,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели.	48	8	10	8	20	2		
Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.	39	6	10	6	16	1		
Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.	53	8	10	8	25	2		
Тема 4. Рынок труда и социальная политика.	33	4	10	4	14	1		
Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост.	42	6	10	6	18	2		
Итого	216	32	50	32	93	8	0,35	0,65
Контактная работа	72,35	32		32		8	0,35	
Самостоятельная работа	143,65		50		93			0,65
Промежуточная аттестация	Экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели.	Цели, задачи, функции, предмет и методы макроэкономики. Макроэкономика как наука и экономическая дисциплина. Особенности изучения экономических процессов в

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>макрэкономике. Эволюция экономической мысли в макроэкономике. Модели кругооборота денег, товаров и услуг. Основные макроэкономические показатели. Модели равновесия на товарном рынке. Модель AS-AD. Теории потребления, сбережений. «Кейнсианский» подход и модели анализа и регулирования экономических процессов национальной экономики. Предельная и средняя склонность к потреблению, сбережению. Парадокс бережливости. «Загадка Кузнецца». Посткейнсианские гипотезы потребления. Гипотеза относительного дохода Дьюзенберри. Гипотеза жизненного цикла Модильяни, Гипотеза постоянного дохода Фридмана. Модель межвременного выбора И. Фишера.</p> <p>Понятие и виды инвестиций. Q-теория инвестиций Тобина. Факторы принятия инвестиционных решений. Автономные и индуцированные инвестиции. Монетарные и немонетарные факторы инвестиций. Институциональный фактор при принятии инвестиционных решений. Функция инвестиций. Мультипликатор инвестиций. Модель «Кейнсианский крест».</p>
2.	<p>Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Государственный бюджет и платежный баланс.</p>	<p>Цели и механизмы бюджетно-налоговой политики. Структура государственного бюджета. Расходование средств государственного бюджета. Государственные закупки и трансферты. Мультипликаторы государственных закупок и трансфертов.</p> <p>Понятие, функции, классификация налогов. Налоговый мультипликатор. Воздействие изменения аккордных и подоходного налогов на совокупный спрос и совокупный выпуск.</p> <p>Налоговое бремя, влияние налогов на совокупное предложение. Кривая Лаффера.</p> <p>Доходы, расходы госбюджета, дефицит (профицит) бюджета. Способы финансирования дефицита бюджета. Эффект Оливера – Танзи. Теорема эквивалентности Рикардо. Эффект вытеснения частных инвестиций. Финансовые пирамиды. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Теорема Хаавельмо.</p> <p>Государственный долг и его влияние на экономику. Управление государственным долгом. Теории фискальной политики. Оптимальные параметры удельного веса госбюджета в структуре ВВП.</p> <p>Понятие и структура Платёжного баланса. Счёт текущих операций и счёт операций с капиталом и финансовыми инструментами. Динамика и структура золотовалютных резервов. Возможные варианты состояния платежного баланса страны и их интерпретация.</p> <p>Государственная внешнеторговая политика, тарифные и нетарифные методы регулирования экспорта и импорта товаров и услуг. Политика стимулирования притока иностранных инвестиций.</p>
3.	<p>Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная</p>	<p>Формы, значение, функции денег в экономических системах. Количественная теория денег. Уравнение обмена Фишера.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	политика, валютный курс.	<p>«Нейтральность» денег. Кембриджское уравнение. Коэффициент монетизации. Величина денежной массы как инструмент государственного воздействия на макроэкономические показатели.</p> <p>Проблема достаточности денег в экономике. Кейнсианская теория денег. Денежная масса как фактор потребления домохозяйств. Предложение денег и уровень процентных ставок. Последствия увеличения денежной массы в стране. Монетаристская теория денег. Зависимость между объёмом денежной массы и номинальным ВВП. «Денежное правило» монетаризма. Структура денежной массы с учетом функциональной роли денег. Показатели денежной массы (агрегаты M_0, M_1, M_2, M_3) и их ликвидность. «Квазиденьги». Наличные и безналичные, электронные деньги. Платёжная система государства.</p> <p>Спрос на деньги. Деньги в теории Кейнса. Формула Баумоля–Тобина.</p> <p>Предложение денег. Эмиссия бумажных денег. Сеньораж. Депозитно-кредитная эмиссия. Склонность населения к депонированию.</p> <p>Банковский мультипликатор. Денежный мультипликатор. Денежная база и денежная масса.</p> <p>Равновесие на денежном рынке. Процент. Состояние ликвидной ловушки.</p> <p>Инфляция и дефляция. Показатели, виды, проявления инфляции.</p> <p>Денежно-кредитная политика. Инструменты регулирования денежной массы: операции на открытом рынке, динамика учетной ставки, обязательное резервирование.</p> <p>Одновременное равновесие на рынке товаров и рынке активов. Модель IS–LM.</p> <p>Содержание и побочные эффекты стимулирующей и рестрикционной политика.</p> <p>Эффективность кредитно-денежной политики и проблема временных лагов.</p> <p>Денежно-кредитная и бюджетно-налоговая политика в условиях инфляции. Таргетирование инфляции.</p> <p>Валютный курс национальной денежной единицы. Модели формирования обменного курса национальной денежной единицы. Варианты валютной политики Центрального банка.</p>
4.	Тема 4. Рынок труда и социальная политика.	<p>Спрос и предложение на рынке труда. Миграционная и демографическая политика государства.</p> <p>Равновесие на рынке труда. Заработная плата на рынке труда: виды, особенности. Модель несовершенной информации Р. Лукаса. Эффективная заработная плата. Регулирование заработной платы. Налогообложение в области оплаты труда. Роль профсоюзов.</p> <p>Безработица: виды, факторы, показатели, последствия. Закон Оукена и потери потенциального ВВП. Методы снижения уровня безработицы. Взаимосвязь инфляции и безработицы.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Кривая Филлипса. модель Фридмана-Фелпса. Социальная политика государства. Социальная защита населения. Социальные блага.
5.	Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост	<p>Понятие экономического роста. Индекс роста и темпы прироста реального ВВП. Правило 70. Оценка оптимальности показателей экономического роста. Устойчивый экономический рост. Экстенсивный и интенсивный виды экономического роста. Показатели эффективности использования производственных ресурсов. Модернизация и энергосбережения как факторы интенсивного роста в России. Инновационный экономический рост. Основные направления развития современных технологий.</p> <p>Неокейнсианские модели экономического роста. Модель Домара. Производственная функция Леонтьева. Избыточное предложение на рынке труда. Негибкость рыночных цен. Стабильность уровня фондовооружённости и нормы сбережений. Модель Харрода. Равновесный экономический рост. Акселератор. Ожидания предпринимателей. Желательный, гарантированный и естественный темпы роста по Харроду. Соотношение между гарантированным и естественным темпами роста. Депрессия и экономический бум. Неустойчивость экономического роста. Модель Калдора – Мирлиса. Устойчивость экономического роста. Активные и пассивные факторы экономического роста</p> <p>Неоклассическая модели экономического роста. Предпосылки построения модели: взаимозаменяемость факторов производства, убывающая предельная производительность, постоянная норма выбытия капитала. Эндогенный экономический рост. Рост населения и трудосберегающий технический прогресс. Остаток Солоу. Оптимальная норма накопления. «Золотое правило» Э. Фелпса. Полная занятость факторов производства. Условия устойчивого экономического роста. Колебания макроэкономической конъюнктуры и понятие экономического цикла. Фазы и критические точки делового цикла по Хаберлеру. Показатели экономической активности, принятые для характеристики состояния макроэкономической конъюнктуры. Краткосрочные (высокочастотные) циклы Китчина Среднесрочные циклы Жюгляра. «Строительные» циклы Кузнеця. «Длинные волны» Кондратьева – Шумпетера. Модели экономического цикла, базирующиеся на мультипликативно-акселеративном механизме циклических колебаний. Базовая модель Самуэльсона – Хикса. Концепция реальных деловых циклов. Импульсы в виде «шоков» производительности.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цели, задачи, функции, предмет и методы макроэкономики. 2. Особенности изучения экономических процессов в макроэкономике. 3. Эволюция экономической мысли в макроэкономике. 4. Макроэкономические функции домохозяйства, фирм, государства, финансового сектора. Модель открытой экономики. 5. Методы подсчёта ВВП и система производных макроэкономических показателей 6. Модель равновесия AD-AS 7. Потребление, сбережения, инвестиции. 8. Модель «Кейнсианский крест»
2.	Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и инструменты бюджетно-налоговой политики. Расходы государственного бюджета. 2. Структура и функции бюджетной системы. 3. Понятие и классификация налогов. Воздействие налогов на экономику. 4. Причины и виды дефицитов бюджета. 5. Государственный долг: структура и влияние на развитие экономики 6. Платежный баланс страны. 7. Государственная внешнеторговая политика.
3.	Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Эволюция видов и функций денег 2. Количественная теория денег. Уравнение обмена Фишера 3. Кейнсианская теория кредитных денег 4. Монетаризм как современная интерпретация количественной теории денег 5. Структура денежной массы. Денежные агрегаты. Регулирование денежной массы Центральным банком. 6. Виды и факторы спроса на деньги. 7. Денежная база и мультипликаторы денежного рынка 8. Одновременное равновесие на рынке товаров и рынке активов. Модель IS–LM. 9. Инфляция и дефляция. Показатели, виды, проявления инфляции. 10. Валютный курс национальной денежной единицы.
4.	Тема 4. Рынок труда и социальная политика.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Спрос и предложение на рынке труда. 2.Эффективная заработная плата. Регулирование заработной платы 3.Понятие, виды, измерение безработицы. 4.Последствия безработицы и государственная политика

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		занятости. Закон ОУКЕНА 5.Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса 6.Социальная политика государства.
5.	Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост	1.Показатели и факторы экономического роста 2.Предпосылки построения модели Харрода-Домара 3.Модель Калдора – Мирлиса и условия сбалансированного экономического роста 4.Модель Солоу и условия стационарного состояния экономики 5.Сравнительная эффективность факторов экономического роста 6.Понятие, виды, фазы экономического цикла. 7.Модели экономических циклов.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели.	Эволюция экономической мысли в макроэкономике. «Загадка Кузнеця». Гипотеза относительного дохода Дьюзенберри. Гипотеза жизненного цикла Модильяни, Гипотеза постоянного дохода Фридмана. Модель межвременного выбора И. Фишера. Q-теория инвестиций Тобина. Факторы принятия инвестиционных решений. Применение модели «кенсианский крест»
2.	Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.	Исследование структуры государственного бюджета. Статьи расходов госбюджета. Виды налогов. Воздействие налогов на спрос и предложение. Дефицит и профицит госбюджета. Финансирование дефицита бюджета. Теорема Хаавельмо. Государственный долг и его влияние на экономику. Теории фискальной политики. Платежный баланс. Динамика и структура золотовалютных резервов. Варианты состояния платежного баланса. Государственная внешнеторговая политика. Политика стимулирования притока иностранных инвестиций.
3.	Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.	Формы, значение, функции денег в экономических системах. Современные теории денег. Уравнение обмена Фишера. «Нейтральность» денег. Кембриджское уравнение. Коэффициент монетизации. Кейнсианская теория денег.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>Монетаристская теория денег. Структура денежной массы. «Квзиденьги». Наличные и безналичные, электронные деньги. Платёжная система государства. Формула Баумоля–Тобина. Эмиссия бумажных денег. Сеньораж. Депозитно-кредитная эмиссия. Склонность населения к депонированию Инфляция и дефляция. Инфляция спроса. Немонетарные факторы и инфляция предложения. Стагфляция. Последствия инфляции для экономики. Инфляционный налог. Факторы неопределённости и риска в условиях инфляции. Социальные последствия инфляции. Таргетирование инфляции. Денежно-кредитная политика. Инструменты регулирования денежной массы Модель IS–LM Эффективность кредитно-денежной политики Валютный курс. Модели формирования обменного курса национальной денежной единицы. Варианты валютной политики Центрального банка.</p>
4.	Тема 4. Рынок труда и социальная политика.	<p>Спрос и предложение на рынке труда. Миграционная и демографическая политика государства. Модель несовершенной информации Р. Лукаса. Заработная плата. Регулирование, налогообложение, оценка эффективности заработной платы. Роль профсоюзов. Безработица: виды, факторы, показатели, последствия. Закон Оукена и потери потенциального ВВП. Кривая Филлипса. модель Фридмена-Фелпса. Социальная политика государства. Социальная защита населения. Социальные блага.</p>
1.	Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост	<p>Экономический рост. Виды, показатели экономического роста. Модели экономического роста. Условия устойчивого экономического роста. Понятие экономического цикла. Фазы и критические точки делового цикла по Хаберлеру. Показатели экономической активности, принятые для характеристики состояния макроэкономической конъюнктуры. Разновидности экономических циклов. Модели экономического цикла, базирующиеся на мультипликативно-акселеративном механизме циклических колебаний. Базовая модель Самуэльсона – Хикса.</p>

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Основы	ОПК-1			письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
макрэкономии: модели и показатели.		тестирование решение задач		устно
Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.	ОПК-1	тестирование решение задач реферат		письменно устно
Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.	ОПК-1	тестирование решение задач решение кейса		письменно устно
Тема 4. Рынок труда и социальная политика.	ОПК-1	тестирование решение задач		письменно устно
Тема 5. Экономическое развитие и экономический рост	ОПК-1	тестирование решение задач решение кейса		письменно устно
			экзамен	письменно устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-1	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные понятия, необходимые для исследования процессов, происходящих на товарных, денежных, валютных рынках, на рынке труда на уровне национальной экономики. Знает инструменты, используемые государством для регулирования экономики. Знает факторы, показатели и модели, используемые для анализа и принятия решений	1,2
2	Усвоение понятийного аппарата макроэкономических процессов, анализа основных показателей развития экономики на макро и мезоуровнях. Усвоение методов	2-5

	анализа и принятия решений на уровне предприятия с учетом макроэкономических факторов в различных сферах деятельности. Способен применять знания экономической, организационной и управленческой теории на практике	
--	---	--

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-1 способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять знания основ экономической науки для решения практических задач	Знание терминологии, умение ориентироваться в моделях и методах макроэкономического анализа	Знание методологии построения макроэкономических моделей, показателей	Умение делать выводы о состоянии различных макроэкономических объектов на основании статистических макроэкономических	тестирование, решение задач, решение кейсов, реферат, экзамен

			ких показателей	
--	--	--	-----------------	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по	При 100 % сформированных компетенций по

не сформировано более 50% компетенций.	дисциплине	дисциплине	дисциплине
--	------------	------------	------------

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Основы макроэкономики: модели и показатели.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Макроэкономика как наука:

- изучает закономерности совместной деятельности субъектов национальной экономики,
- раскрывает особенности отраслевых рынков,
- определяет сущность явлений и процессов в экономике рыночного типа,
- анализирует состояние экономики определённой страны,
- систематизирует знания об экономике в масштабах государства.

2. К макроэкономическим проблемам относятся:

- цикличность развития экономики,
- изменение рыночного спроса на потребительские товары,
- рост альтернативных издержек,
- инфляционный рост цен в экономике,
- максимизация прибыли фирмы.

3. Агрегированными величинами являются:

- прибыль фирмы,
- валовой внутренний продукт,
- потребление домохозяйств,
- полезность конкретного блага,
- инвестиции фирм.

4. Экзогенной переменной для макроэкономической модели является:

- денежная масса,
- уровень безработицы,
- уровень инфляции,
- дефлятор,
- темпы роста ВВП.

5. При подсчёте ВВП методом суммирования расходов учитываются:

- производит и распределяет общественные блага,
- кредитует население,

- перераспределяет доходы и имущество,
- максимизирует прибыль от реализации общественных благ,
- предоставляет субсидии населению.

6. В модели «AD-AS» фактором увеличения равновесного ВВП в долгосрочном периоде является:

- инвестиционные расходы фирм,
- потребительские расходы домохозяйств,
- экспорт,
- расходы населения на покупку ценных бумаг,
- расходы фирм на закупку сырья.

7. Эффектом хруповика в макроэкономике называется:

- негибкость цен в сторону понижения,
- рост цен при увеличении совокупного спроса,
- снижение уровня цен при сокращении совокупного предложения,
- сохранение высокого уровня цен при сокращении совокупного спроса,
- зависимость уровня цен от изменения совокупного предложения.

8. Коэффициент, показывающий, во сколько раз изменение национального дохода превысит изменение автономных расходов, называется:

- акселератор,
- коэффициент эластичности,
- мультипликатор,
- склонность к расходам,
- показатель эффективности.

Тема2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Макроэкономическим объектом регулирования для бюджетно-налоговой политики является:

- денежная масса страны,
- уровень налогооблагаемых доходов,
- расходы государства на образование,
- совокупный спрос,
- совокупное предложение.

2. Принятие закона о государственном бюджете на очередной год относится к мерам бюджетно-налоговой политики:

- дискреционной,
- автоматической,
- стимулирующей
- рестрикционной.

3. Трансферты в отличие от государственных закупок:

- предоставляются исключительно в денежной форме,
- могут предоставляться в натуральной форме,
- не обладают мультипликативным эффектом,
- увеличивают расходы государственного бюджета,
- оказывают большее влияние на развитие экономики.

4. Налоги, как инструмент бюджетно-налоговой политики:

- вливают на потребительский и инвестиционный спрос,
- обладают мультипликативным эффектом,
- оказывают более активное влияние на изменение национального дохода, чем государственные закупки,

- вливают на величину государственных закупок,
- относятся к инструментам автоматической бюджетно-налоговой политики.

5. Дефицит государственного бюджета:

- возникает при превышении доходов бюджета над его расходами,
- экономически оправдан при стимулирующей бюджетно-налоговой политике,
- может быть покрыт только дополнительной эмиссией денег,
- не может возникнуть при полной занятости,
- является результатом ошибок в экономической политике правительства.

6. Государственный долг:

- образуется в слаборазвитых странах,
- представляет угрозу экономической безопасности и должен быть ликвидирован,
- не оказывает существенного влияния на состояние макроэкономики,
- увеличивается при дефиците государственного бюджета,
- является проблемой для России.

7. Стимулирующая бюджетно-налоговая политика преследует цель:

- снижение уровня инфляции,
- повышение совокупного спроса,
- увеличение темпов роста экономики,
- расширение государственного сектора экономики,
- сокращение дефицита государственного бюджета.

8. Целью рестрикционной бюджетно-налоговой политики является:

- снижение уровня инфляции,
- повышение совокупного спроса,
- увеличение темпов роста экономики,
- расширение государственного сектора экономики,
- сокращение дефицита государственного бюджета.

Тема 3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. К финансовым активам относятся:

- банковский депозит, акции, наличные деньги,
- заработная плата, стипендия, банковский депозит,
- акция, облигация, покупка автомобиля,
- банковский депозит, банковский кредит, пособие на ребёнка,
- только ценные бумаги.

2. Акция в отличие от облигации:

- выпускается с целью привлечения заёмных средств,
- приносит владельцу доход в виде дивиденда,
- не предполагает обратного выкупа или погашения,
- является долговой ценной бумагой,
- обладает большей ликвидностью, чем облигации.

3. Одно из важнейших положений количественной теории денег гласит: качество денег зависит от их количества, что означает:

- чем больше денег в экономике, тем лучше,
- чем больше денег в экономике, тем больше объём производства,
- зависимость покупательной способности денег от величины денежной массы в обращении,
- обесценение денег при увеличении денежной массы,

- регулирующую роль денег в экономике.
- 4.Если клиент банка перевёл деньги с зарплатного счёта в срочный вклад, то с денежной массой произошли следующие изменения:
 - денежная масса увеличилась,
 - сократился агрегат M_1 ,
 - .увеличился агрегат M_2 ,
 - .сократился агрегат M_0 ,
 - .денежная масса не изменилась.
- 5.Коэффициент монетизации:
 - показывает соотношение денежной массы и объёма ВВП,
 - характеризует обеспеченность экономических сделок деньгами,
 - зависит от скорости обращения денежной единицы,
 - не может быть больше 100%,
 - в современных условиях имеет тенденцию к снижению.
- 6.Кембриджское уравнение, предложенное Маршалом, выражает зависимость:
 - объёма денежной массы от объёма национального производства,
 - уровня цен от величины денежной массы,
 - объёма производства от величины денежной массы,
 - скорости обращения денежной единицы от величины денежной массы,
- 7.Следствием стимулирующей денежно-кредитной политики является:
 - повышение курса национальной валюты,
 - снижение уровня цен,
 - повышение темпов экономического роста,
 - повышение банковских процентов,
 - снижение доходности финансовых вложений.
- 8.Банковский мультипликатор:
 - характеризует прирост денежной массы в результате привлечения банковских депозитов,
 - определяется как величина, обратная норме обязательного резервирования,
 - может быть меньше единицы,
 - зависит от надёжности банковской системы,
 - устанавливается центральным банком.
- 9.Какая группа населения выигрывает от инфляции?
 - граждане, имеющие фиксированный доход,
 - держатели облигаций,
 - заемщики,
 - предприниматели,
 - монополисты.
- 10.Политика таргетирования инфляция, проводимая ЦБ РФ:
 - направлена на снижение инфляционных ожиданий,
 - представляет собой установление целевых значений роста цен,
 - эффективна только в условиях доверия населения к политике центрального банка,
 - может проводиться при высоких уровнях инфляции,
 - доказала свою эффективность в нашей стране.
- 11.Как изменятся условия равновесия в модели IS–LM при проведении рестрикционной бюджетно-налоговой политики:
 - увеличится совокупный спрос,
 - сократится денежная масса,
 - снизится уровень процентной ставки,
 - сократится доход,
 - увеличатся государственные закупки.

Тема4. Рынок труда и социальная политика.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
	промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Основным принципом функционирования классической модели рынка труда является:
 - зависимость спроса на труд от планируемого объёма производства,
 - различия спроса и предложения труда по отдельным сферам экономической деятельности,
 - автоматическое изменение спроса и предложения труда при изменении заработной платы,
 - постоянное не соответствие спроса и предложения труда,
 - зависимость заработной платы от соотношения спроса и предложения труда.
- 2.Зависимость спроса на труд от совокупного спроса обосновывали представители:
 - классической школы,
 - кейнсианской школы,
 - теории монетаризма,
 - институциональной теории,
 - теории ожиданий.
- 3.В неоклассической теории спрос на труд является отрицательной функцией:
 - от предельного продукта труда,
 - от номинальной заработной платы,
 - от объёма выпуска,
 - от уровня цен на производимые товары,
 - от спроса на готовые товары.
4. Одним из основных свойств производственной функции Кобба-Дугласа является:
 - убывающая отдача от увеличения одного из факторов производства,
 - отрицательный эффект масштаба,
 - убывающая отдача при сокращении любого из факторов производства,
 - сокращение выпуска при увеличении только одного из факторов производства,
 - зависимость выпуска только от одного фактора производства – труда.
- 5.Естественная безработица:
 - включает фрикционную, структурную и институциональную безработицу,
 - является временной,
 - имеет неустойчивый уровень в долгосрочной перспективе,
 - требует активного вмешательства государства,
 - увеличивается в периоды экономических спадов.
- 6.Закон Оукена характеризует взаимосвязь:
 - уровня фактической безработицы и отклонения фактического ВВП от потенциального,
 - уровня циклической безработицы и отклонения фактического ВВП от потенциального,
 - уровня фрикционной безработицы и отклонения фактического ВВП от потенциального,
 - уровня естественной безработицы и отклонения фактического ВВП от потенциального,
 - фактического и потенциального выпуска.
- 7.Кривая Филлиписа в краткосрочном периоде позволяет сделать следующие выводы:
 - при нулевой инфляции безработица находится на естественном уровне,
 - при снижении уровня безработицы ниже естественного снижается уровень инфляции,
 - в условиях дефляции возникает циклическая безработица,
 - для снижения уровня инфляции необходимо снижать уровень безработицы,
 - циклическая безработица приводит к повышению уровня цен.

Тема5. Экономическое развитие и экономический рост
Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Экономический рост измеряется показателями:

- темпов роста номинального ВВП,
- темпов роста производительности труда,
- темпов роста фондовооружённости труда,
- темпов роста реального ВВП,
- темпов роста личных доходов.

2. Социальную направленность экономического роста выражают показатели:

- эффективности экономического роста,
- качества экономического роста,
- экономического развития,
- равновесного экономического роста,
- устойчивого экономического роста.

3. Правило 70, используемое для расчётов темпов роста реального ВВП на душу населения, позволяет:

- определить темпы прироста, при которых произойдёт удвоение показателя за установленный период,
- рассчитать темпы прироста ВВП, необходимые для полного удовлетворения потребностей населения страны,
- установить период времени для достоверных прогнозов,
- определить равновесный для экономики ВВП,
- определить рост ВВП за 70 лет.

4. К факторам инновационного экономического роста относятся:

- снижение налога на прибыль организаций,
- совершенствование технологий производства,
- рост квалификации трудовых ресурсов,
- увеличение объема инвестиций,
- дешёвая рабочая сила.

5. К негативным последствиям экономического роста относятся:

- возможность увеличения потребления в будущем,
- обострение проблемы сбыта произведённых благ,
- загрязнение окружающей среды,
- повышение спроса на энергетические ресурсы,
- расширение ассортимента и разнообразия потребительских благ.

6. В модели Харрода–Домара главный фактор экономического роста:

- потребление,
- инвестиции,
- устойчивый темп роста национального дохода,
- психологическая склонность населения к сбережению,
- технический прогресс.

7. В модели Р. Солоу основными источниками экономического роста являются:

- научно-технический прогресс,
- рост населения,
- увеличение основного капитала,
- эффективный менеджмент,
- объём совокупного спроса.

8. Циклические колебания в экономике следует рассматривать как:

- результат стечения случайных обстоятельств,
- изъёмы рыночной экономики,

- один из факторов экономического прогресса,
- результат ошибок в экономической политике,
- закономерность экономического развития.

9.Промежуток времени между двумя точками, находящимися на одинаковых стадиях циклических колебаний называется:

- амплитуда циклических колебаний,
- период цикла,
- низшая точка спада,
- продолжительность кризиса,
- экономический цикл.

10.Механизм возникновения коротких циклов в современной экономике включает:

- запаздывание в поступлении информации, необходимой для принятия коммерческих решений,
- демографические волны,
- необходимое время для накопления инвестиционного капитала,
- период износа основного капитала,
- изменение товарно-материальных запасов.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема1. Основы макроэкономики: модели и показатели.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задача 1. В текущем году домашние хозяйства израсходовали на покупку товаров длительного пользования 155 млрд руб., в том числе на покупку недвижимости и строительство 45 млрд руб., на товары кратковременного пользования 350 млрд руб., на услуги 200 млрд руб., на ценные бумаги 88 млрд руб. Определите потребительские расходы домашних хозяйств.

Задача 2. В таблице представлены данные об экономике, производящей только три вида благ.

Товары	2014		2015	
	Цена (руб. за ед.)	Кол-во (ед.)	Цена (руб. за ед.)	Кол-во (ед.)
Хлеб	20	3600 000	19,8	4 000 000
Одежда	7200	10 000	8000	8000
Самосвалы	800 000	100	900 000	90

Используя 2014 г. в качестве базового, определите для 2015 г.:

А) номинальный и реальный ВВП,

Б) дефлятор ВВП,

В) индекс потребительских цен.

А) номинальный ВВП в 2015 г. = 224, 2 млн. руб., реальный ВВП = 209,6 млн. руб.б)

Дефлятор ВВП = 1,07.

В) ИПЦ = 1,05

Задача 3. Известно, что при увеличении дохода с 180 млрд до 220 млрд руб., потребительские расходы возрастают со 186 млрд до 214 млрд руб., а при увеличении дохода с 220 млрд до 300 млрд руб. потребительские расходы возрастают с 214 млрд до 270 млрд руб. Объем инвестиций в экономике составляет 60 млрд руб.

А) определить кейнсианские функции потребления и сбережений.

Б) как изменится объем товарно-материальных запасов, если величина выпуска составит:

1) 300 млрд руб., 2) 400 млрд руб., 3) 500 млрд руб.

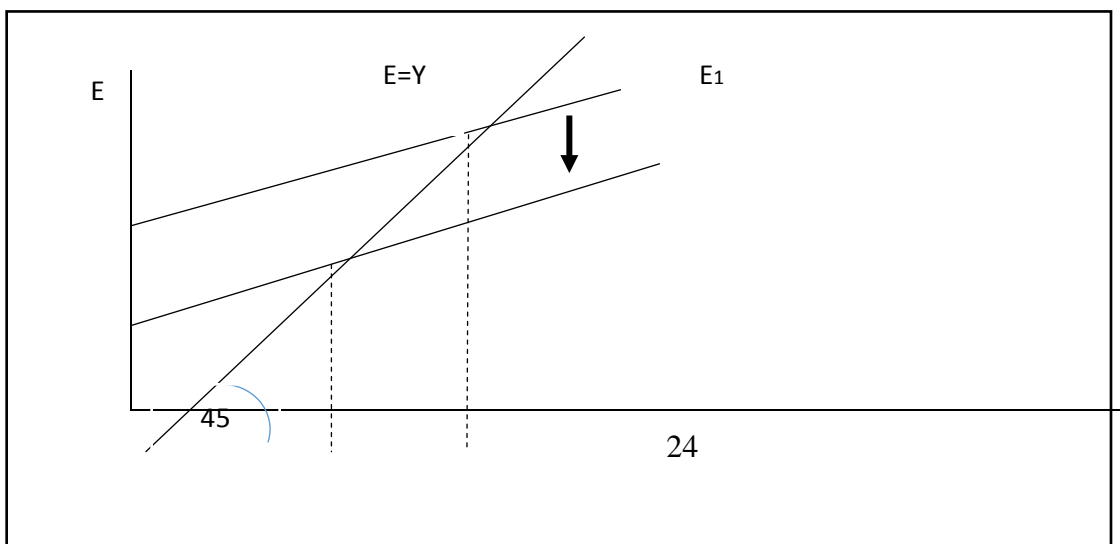
Тема 2. Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задача.

В закрытой экономике от величины текущего выпуска зависят только потребительские расходы. Предельная склонность к потреблению составляет 0,6. Вследствие увеличения автономных налогов на 60 млрд. руб. положение кривой совокупных планируемых расходов изменяется так, как показано на графике (рисунок). Определите новое значение равновесного выпуска.





Тема3. Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задача 1. Наличные деньги в экономике составляют 2000. Депозиты в банковской системе – 12000, из них депозиты до востребования 8000. Как изменится объём денежной массы и её структура, если:

А) население, опасаясь банкротства банков, заберёт 60% депозитов до востребования и 20% срочных депозитов.

Б) население переведёт 50% депозитов до востребования в срочные депозиты.

2. Денежная база в стране равна 600, норма обязательного резервирования установлена Центральным банком на уровне 25%, склонность населения к депонированию – 0,4. Спрос на деньги для сделок $M_D = 0,3 Y$, спекулятивный спрос отсутствует.

Определите: - денежную массу, величину наличных денег и банковских депозитов,

- денежный мультипликатор,

- ВВП и скорость обращения денежной единицы.

Задача 2. В закрытой смешанной экономике денежная база равна 200, норма обязательного резервирования – 10%, склонность населения к депонированию – 0,4. Спрос на деньги выражается функцией: $M_D = 0,5Y - 470r$. Потребление домохозяйств: $C = 200 + 0,9Y_{рд}$, налоги равны 320. Функция инвестиций имеет вид: $I = 60 - 10r$, государственные закупки – 400, Уровень цен равен 1.

Определите:

А) денежную массу; Б) функцию IS; В) функция LM;

Г) равновесный для двух рынков доход; Д) равновесную ставку процента

Е) объём потребления; Ж) объём инвестиций;

З) объём национальных сбережений;

И) состояние государственного бюджета при равновесии двух рынков;

К) мультипликатор автономных расходов; Л) изменение равновесного дохода при увеличении государственных закупок на 10%

М) изменение равновесного дохода при снижении налогов на 10%;

Н) изменение равновесного дохода при снижении нормы обязательного резервирования до 5%.

Тема4. Рынок труда и социальная политика.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Потенциальный ВВП страны равен 200 млн. руб., уровень фактической безработицы=7%, естественный уровень безработицы=2%, коэффициент Оукена =2. Определите экономические потери от циклической безработицы.

2. Потенциальный объем выпуска при уровне естественной безработицы в 6% равен 6000 млрд. ден. ед., а при появлении циклической безработицы в 1% происходит отклонение фактического объема выпуска от потенциального на 120 млрд. ден. ед. Если уровень фактической безработицы равен 8,5%, определите потери от безработицы.

3. Рассчитайте, используя закон А. Оукена, уровень фактической безработицы (в процентах), если реальный ВНД= 10 млн. руб., потенциальный ВНД=20 млн. руб., уровень естественной безработицы =3%, коэффициент чувствительности ВНД к циклической безработице=2.

Тема5. Экономическое развитие и экономический рост

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Задача. На основе данных макростатистики определите реальный ВВП и темпы его прироста к предыдущему году и нарастающим итогом:

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Номинальный ВВП, млрд. руб.	46 308	55 799	62 599
Дефлятор, %	114,2	115,5	108,5
Реальный ВВП, млрд. руб.			
Темпы прироста ВВП, %			

2. Реальный ВВП на душу населения в стране в среднем увеличивается на 5% в год. Определите, сколько лет потребуется стране, чтобы удвоить показатель.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена.
Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 2 Государство и его роль в экономических процессах. Бюджетно-налоговая политика.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Исследование структуры и динамики Государственного Бюджета Российской Федерации.
2. Подоходный налог и его влияние на совокупный доход и совокупный спрос.
3. Налоги и налоговое бремя в экономике.
4. Государственное манипулирование расходами и доходами бюджета и его влияние на экономику.
5. Практические примеры финансирования государственного долга современными государствами.
6. Платежный баланс страны.
7. Внешнеторговая политика на примере (конкретной страны).

Тема 3 Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Код компетенции	Содержание компетенции

1. Современные деньги и золото
2. Количество наличных денег в обращении.
3. Платежная система государства.
4. Оценки коэффициента монетизации в стране.
5. Политика таргетирования инфляции: международный опыт и перспективы для России
6. Кто платит инфляционный налог?
7. Формирование национального валютного курса.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов	Только ответы	Ответы на	Ответы на	Нет ответов на

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
на вопросы	на элементарные вопросы	вопросы полные и/или частично полные	вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэтапного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата;

Критерии	Показатели
	- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 3 Рынок денег и кредитно-денежная политика, валютный курс.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

БИТКОЙН как угроза государственной монополии на денежную эмиссию

Цифровая валюта биткойн (bit – «единица информации», coin – «монета») была запущена в январе 2009-го как средство расчетов в децентрализованной, независимой от государственных и частных структур платежной системе. Благодаря ее создателю, спрятавшемуся под ником Сатоси Накомото, пользователи отобрали у государства монополию на денежную эмиссию. Ведь «чеканка» цифровых «монет» происходит на компьютерах равноправных участников сети «Биткойн», мощности которых тратятся на трудоемкие вычисления. Появление биткойна было оценено как появление общемировых частных денег.

Теория частных денег возникла в 70-ые года прошлого века. Её сторонники считали, что экономическая свобода не может быть полноценной, пока деньги являются государственными. Денационализация денег - путь экономического освобождения общества. Ученые прошлого столетия считали, что в современных условиях реализовать проект частных денег невозможно.

В конце октября 2008 на сайте bitcoin.org появился документ, описывающий суть распределённой криптовалюты. Сначала биткойны распространялись очень медленно. По мере роста популярности, развивалась и структура сети. Появились обменные сервисы, биржи, биткойны стало возможно обменивать на государственные деньги, приобретать на них некоторые товары и услуги. Биткойны можно купить на бирже, на внебиржевом рынке, через обменники или получить в оплату за свои товары. А еще их можно «добыть». Эмиссия цифровых «монет» на компьютерах участников сети «Биткойн» называется майнинг (от англ. mining – «добыча»), а саму криптовалюту именуют цифровым золотом, ведь добывается оно по крупинке и в трудах.

Поначалу самым востребованным свойством цифровой валюты оказалась конфиденциальность расчетов. Биткойны сразу нашли применение на черном рынке Интернета.

Биткойны не имеют обеспечения, но защищены от инфляции, их эмиссия основана на математическом алгоритме и имеет заданный максимальный объем – 21 млн. «монет», из которых примерно 11,5 млн. уже «отчеканено». Платежная система «Биткойн» снимает множество ограничений, устанавливаемых государствами: пересылать средства в любую точку мира можно анонимно, мгновенно, надежно, бесплатно и оставаясь неуязвимым для валютного контроля.

Главное обстоятельство, мешающее биткойну выполнять основные функции денег, – волатильность. В январе 2013 г. курс битмонеты составлял 13 долларов, в апреле он поставил рекорд в 266 долларов, затем за неделю снизился до 68 долларов. За четыре года его курс увеличился приблизительно в 57 000 раз. В декабре 2009 г. 1500 биткоинов стоили 1 \$, в 2013г. за 1 биткоин предлагали 1200 \$. Когда цена криптовалюты стремительно пошла вверх, на бирже Mt. Gox, самой популярной площадке по торговле биткойнами, резко выросло число открываемых счетов: если в 2012 г. в месяц регистрировалось около 10 тыс. новых пользователей, то за восемь месяцев 2013 года в мире было совершено 1,75 млн. установок биткойн-клиента.

Отношение к альтернативной валюте со стороны центральных банков разное. Страны, уже высказавшие свою позицию по использованию биткойна, можно разделить на две группы: те, кто использование криптовалюты приветствует и выступает за внедрение мягких механизмов ее регулирования (например, США, Германия, Великобритания), и те, кто фактически объявил или намерен объявить биткойн вне закона (например, Китай и Таиланд). Россия, судя по всему, примкнет ко второй группе.

Очевидно, что Биткойн для многих стал попыткой найти новые финансовые смыслы и использовать валюту, свободную от любых ограничений. Это интересное явление, за которым многие в финансовой сфере следили даже с некоторым восхищением.

Вопросы для обсуждения: 1. Почему следует считать биткойны деньгами? Какие функции денег выполняли эти деньги?

2. Что можно отнести к преимуществам этих денег?

3. В чём состоит угроза распространения таких денег для государства?

Пример кейса.

Тема5. Экономическое развитие и экономический рост

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Пример кейса.

Применение модели Солоу на конкретном примере из истории мировой экономики В 1945 г. экономика Японии и Германии находилась в состоянии полного краха, до 60 % основных фондов были разрушены. Однако всего через 30 лет оба эти государства становятся самыми высокоразвитыми странами мира. В Японии в период с 1948 по 1972 гг. производство на душу населения росло на 8,3 % в год, в Германии – на 5,7 %. В США в это же время темпы прироста составили 2,5 %. С точки зрения модели Солоу устойчивое

состояние экономики Японии и Германии было нарушено, война разрушила имеющиеся объемы капитала. Уровень производства снизился, но, поскольку норма сбережения (доля ВВП, идущая на сбережения и инвестиции) осталась постоянной, экономика этих стран постепенно вернулась к прежнему устойчивому состоянию. Для этого потребовался период быстрого экономического роста. Ускоренный рост происходит из-за того, что при низком уровне капиталовооруженности инвестиции превышают выбытие и, таким образом, производство растет, поскольку инвестициями обеспечивается большее количество нового капитала, чем его выбывает. Уничтожение основных фондов Японии и Германии привели к резкому снижению объемов выпуска, но затем последовал инвестиционный бум, который многие экономисты назвали —экономическим чудом¹, но он полностью соответствовал предсказаниям модели Солоу.

Россия в 90-х годах XX века переживает похожие процессы. За период 1991-1996 гг. объем промышленного производства снизился на 40 %, значительная часть основных фондов выбыла из производственного процесса. Однако высокий уровень сбережений (норма сбережений в 1994-95 гг. составляла 0,4) может обеспечить на рубеже XXI века высокие темпы экономического роста. (Шкуропат А.В., Терский М.В. Мировая экономика. Часть 1. (конспект лекций)., http://abc.vvsu.ru/Books/1_mirekon1/page0021.asp).¹

Вопросы: 1. Почему неоклассические модели роста позволяют более точно описать особенности макроэкономических процессов? 2. Какая производственная функция была использована в модели Солоу?

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их

¹Еникеев, Ш.И. Макроэкономика: сборник кейсов: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы студентов / Ш.И. Еникеев, Д.А. Сергеев – Казань: изд-во «Познание» Института экономики управления и права (г. Казань), 2013. – 44 с.

Оценка	Критерии оценивания
	смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Вопросы к экзамену:

1. Макроэкономика в системе экономических наук. Функции дисциплины. Особенности методов познания. Этапы развития науки.

2. Предпосылки построения модели кругооборота денег, материальных благ и услуг. Субъекты макроэкономических отношений и их функции. Модель смешанной открытой экономики с финансовым сектором. Основные макроэкономические пропорции.

3. Основные макроэкономические процессы. Потребление и сбережения. Факторы потребления и сбережений в теоретических концепциях. Средняя и предельная склонность к потреблению и сбережениям.

4. Понятие и виды инвестиций. Функция инвестиций. Факторы инвестиций и инвестиционный климат.

5. Структура СНС России. Границы производственной сферы и разграничение между внутренней и национальной экономикой. Сектора экономики СНС России, состав включаемых в них институциональных единиц.

6. Ключевые понятия и основные макроэкономические показатели в системе национальных счетов: валовой выпуск, валовой внутренний продукт, валовой национальный доход, чистый национальный доход, совокупный спрос, совокупное предложение.

7. Производственный метод подсчёта ВВП. Понятие и структура добавленной стоимости. Измерение вклада отраслей в создание добавленной стоимости.
8. Определение ВВП методом суммирования расходов экономических агентов. Расходы учитываются при подсчёте ВВП.
9. Определение ВВП методом суммирования первичных доходов. Факторные доходы экономических агентов. Доходы, не учитываемые при подсчёте ВВП.
10. Методы корректировки ВВП. Номинальный, реальный ВВП. Дефлятор ВВП.
11. Структура совокупного спроса. Обоснование графического изображения функции совокупного спроса. Факторы, влияющие на объём совокупного спроса.
12. Совокупное предложение. Классическая и кейнсианская концепции совокупного предложения. Ожидания и краткосрочное совокупное предложение.
13. Равновесие в модели равенства совокупного спроса и совокупного предложения. Различия краткосрочного и долгосрочного периодов. Эффект храповика.
14. Кейнсианская модель равновесия на товарном рынке: предпосылки построения. «Кейнсианский крест» и основное макроэкономическое тождество.
15. Функция планируемых расходов. Автономные и зависимые переменные. Эффект мультипликатора.
16. «Инфляционный разрыв» в экономике: сокращение запасов и рост уровня цен.
17. «Рецессионный разрыв» в экономике. Рост запасов, сокращение производства и безработица.
18. Роль экономической политики в изменении параметров макроэкономического равновесия.
19. Особенности денежных потоков в открытой смешанной экономике с финансовым сектором. Виды «изъятий» и «инъекций» в современном денежном потоке.
20. Состояние государственного бюджета и внешнеторгового баланса как факторы макроэкономического равновесия.
21. Понятие и свойства финансовых активов. Структура и функции рынка финансовых активов.
22. Банковская система. Активные и пассивные операции коммерческих банков. Природа банковского процента.
23. Понятие и классификация ценных бумаг. Институциональная структура рынка ценных бумаг. Факторы, формирующие курс ценных бумаг.
24. Понятие и классификация национальных валют. Структура валютного рынка. Факторы, влияющие на курс национальной валюты.
25. Исторические формы денег. Эволюция функций денег. Типы денежных систем.
26. Структура денежной массы. Денежные агрегаты. Широкая денежная масса. Наличные и безналичные деньги.
27. Проблема достаточности денег в экономике. Законы денежного обращения. Коэффициент монетизации и скорость обращения денежной единицы. Стабильность денежного обращения и золотовалютные резервы.
28. Виды спроса на деньги по Кейнсу. Теория предпочтения ликвидности. Формула Баумоля-Тобина.
29. Механизм депозитно-кредитной эмиссии и роль населения и коммерческих банков в формировании денежной массы.
30. Роль Центрального банка страны в регулировании денежной массы. Инструменты регулирования денежной массы. Денежная база. Денежный мультипликатор.
31. Модель равновесия на денежном рынке. Процент как цена денег. Факторы, влияющие на условия равновесия на денежном рынке. Ликвидная ловушка.
32. Понятие, показатели и виды инфляции. Причины и типы инфляции. Особенности инфляционных процессов в России.
33. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства. Таргетирование инфляции.
34. Спрос на труд и производственная функция. Факторы спроса на труд.
35. Предложение труда. Трудовые ресурсы и экономически активное население. Особенности предложения труда, ценность свободного времени. Миграционная политика как фактор предложения труда.

36. Равновесие на рынке труда. Экономическая природа заработной платы. Полная занятость и эффективная заработная плата. Потенциальный выпуск.
37. Причины и виды безработицы. Естественный уровень безработицы.
38. Показатели безработицы. Особенности безработицы в России.
39. Социально-экономические последствия безработицы. Закон Оукена. Государственная политика занятости.
40. Классическая кривая Филипса. Логическое обоснование обратной зависимости уровня инфляции и безработицы.
41. Современная интерпретация зависимости инфляции и безработицы. Кривая Филипса в долгосрочном периоде.
42. Предпосылки построения модели IS – LM и условия равновесия на товарном и денежном рынках.
43. Одновременное равновесие на рынке товаров и рынке активов. Модель IS–LM. Уравнения, описывающие состояние одновременного равновесия на рынке денег и рынке товаров. Графическая интерпретация модели.
44. Фискальная политика и вытеснение частного сектора с рынка товаров. Инвестиционная ловушка.
45. Стимулирующая и рестрикционная фискальная политика. Финансирование госрасходов за счет налогов, внутреннего заимствования, и заимствования у центрального банка. Теорема эквивалентности Рикардо.
46. Денежно-кредитная политика и изменение условий совместного равновесия. Стимулирующая и рестрикционная политика. Ликвидная ловушка.
47. Предпосылки построения модели полного макроэкономического равновесия. Условия совместного равновесия на трёх рынках: товарном, денежном и рынке труда.
48. Шоки спроса, связанный со сдвигом графика IS и LM. Возникновение разрыва между совокупным спросом и потенциальным выпуском.
49. Шок предложения (сдвиг FE). Изменение потенциального выпуска, ставки процента товарного рынка и разрыв совокупного спроса и совокупного предложения.
50. Понятие экономического роста. Индекс роста и темпы прироста реального ВВП. Правило 70. Оценка оптимальности показателей экономического роста. Устойчивый экономический рост.
51. Экстенсивный и интенсивный виды экономического роста. Показатели эффективности использования производственных ресурсов. Модернизация и энергосбережения как факторы интенсивного роста в России.
52. Инновационный экономический рост. Основные направления развития современных технологий. Понятие инновации.
53. Основные предпосылки построения модели Солоу. Факторы экономического роста и остаток Солоу.
54. Посткейнсианские модели экономического роста. Модель Домара: упрощенные исходные предпосылки и динамика процесса.
55. Посткейнсианские модели экономического роста. Модель Харрода: базовые гипотезы и отличительные характеристики модели.
56. Колебания макроэкономической конъюнктуры и понятие экономического цикла. Фазы и критические точки делового цикла по Хаберлеру.
57. Показатели экономической активности, принятые для характеристики состояния макроэкономической конъюнктуры. Направленность изменения ключевых экономических параметров: проциклические, контрциклические и ациклические переменные. Степень синхронизации показателей экономической активности с фазами делового цикла: совпадающие, опережающие и запаздывающие переменные.
58. Классификация экономических циклов по критерию их длительности.
59. Модели экономического цикла, базирующиеся на мультипликативно-акселеративном механизме циклических колебаний.
60. Концепция реальных деловых циклов. Импульсы в виде «шоков» производительности.
61. Цели и инструменты бюджетно-налоговой политики. Структура расходов государственного бюджета. Мультипликатор государственных закупок.
62. Понятие и функции налогов. Классификация налогов. Классические принципы налогообложения. Налоговый мультипликатор.

63. Кейнсианская трактовка активной фискальной политики. Компенсация недостаточности эффективного спроса путём увеличения государственных расходов. Позитивные последствия и результаты фискальной политики в кейнсианской модели.

64. «Эффект вытеснения» инвестиций частного сектора. Изменения ставок налогов в кейнсианской модели. Отличия результатов налогового воздействия от эффекта бюджетной экспансии.

65. Система «встроенных автоматических стабилизаторов»: примеры и механизмы функционирования. Проблема временных лагов в бюджетно-налоговой политике

66. Сущность денежно-кредитной стабилизационной политики государства. Инструментарий денежно-кредитной политики Центрального (эмиссионного) банка.

67. Модели социальной политики и понятие справедливости. Сравнительные характеристики католической, консервативной, либеральной и социал-демократической моделей.

68. Государственное регулирование уровня и структуры доходов населения. Социальные трансферты. Минимальный размер оплаты труда. Социальная функция политики налогообложения.

69. Влияние внешнего сектора на общее макроэкономическое равновесие. Система целей стабилизационной политики в открытой экономике: ориентация на достижение «двойного равновесия».

70. Понятие и структура Платёжного баланса. Счёт текущих операций и счёт операций с капиталом и финансовыми инструментами. Возможные варианты состояния платёжного баланса страны и их интерпретация.

71. Тарифные и нетарифные методы регулирования внешней торговли. Политика протекционизма.

72. Валютные рынки: функции и место в экономической системе. Валютный курс национальной денежной единицы. Валютный курс как инструмент регулирования совокупного спроса

Критерии и шкала оценивания компетенций

ЭКЗАМЕН

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов задач, решение кейсов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Решение кейса	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	
оценка						

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Гребенников, П. И. Гребенников, П. И.

Макроэкономика [Электронный ресурс]: в 2 т. : учеб. и практикум для академического бакалавриата / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич, А. И. Леусский ; Высш. шк. экономики,

Нац. исслед. ун-т. - 11-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт- 2020. - Лицензия до 31.12.2021. - ISBN 978-5-534-03631-2

Т. 1. - 1 on-line, 300 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02562-0:
Б.ц.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

Гребенников, П. И.Гребенников, П. И.

Макроэкономика [Электронный ресурс]: в 2 т. : учеб. и практикум для акад. бакалавриата/ П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич, А. И. Леусский ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - 11-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт- 2020. - Лицензия до 31.12.2021. - ISBN 978-5-534-03631-2

Т. 2. - 1 on-line, 255 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02563-7:
Б.ц.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

330.101.541(075.8) М 168

Макроэкономика: учеб. для акад. бакалавриата/ [А. В. Аносова [и др.] ; под ред. С. Ф. Серegiной; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. Москва: Юрайт, 2015
ч.з.N5 ул.Горького, 23 (Институт экономики и менеджмента)

330

А 233

Агапова, Т. А.

Макроэкономика: учебник/ Т. А. Агапова, С. Ф. Серегина ; под общ. ред. А. В. Сидоровича. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Дело и Сервис, 1999. - 415 с. - (Учебники Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова). - Библиогр.: с. 415. - ISBN 5-86509-050-X: 120.00=;80.00= р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: УБ(43)

Свободны / free: УБ(42)

330

Л 632

Лисин, В. С.

Макроэкономические теории и политика экономического роста: учебное пособие для студ.вузов,обуч.по экон.спец.и направл./ В.С.Лисин;МГУ им.М.В.Ломоносова. - М.: Экономика, 2004. - 318 с.: ил.. - Библиогр.: с.314-316. - ISBN 5-282-02330-X: 60.00 р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:

всего /all 49: УБ(47), НА(1), ч.з.N5(1)

330

М 168

Макроэкономика: Учебник/ В. М. Гальперин, П. И. Гребенников, А. И. Леусский, Л. С. Тарасевич; Общ. ред. Л. С. Тарасевича. - 2-е изд., перераб. и доп.. - СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 1997. - 718 с. - ISBN 5-7310-0766-7: 50.00; 40.50 р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: УБ(77)

Свободны / free: УБ(74)

7.2.1. Для самостоятельной работы

1. Бернанке, Б.

Экономикс: экспресс-курс : [пер. с англ.]/ Бен Бернанке, Роберт Фрэнк. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 713 с.: ил.. - (Классический зарубежный учебник).

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

2. Золотарчук, В. В.

Макроэкономика: учеб. для вузов/ В. В. Золотарчук. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 607, [1] с.: ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 591 (10 назв.). - Предм. указ.: с. 592-600.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

3. Кейнс, Дж.М.

Общая теория занятости, процента и денег/ Дж.М. Кейнс; Пер.с англ.Н.Н.Любимова опд ред.Л.П.Куракова. - М.: Гелиос АРВ, 1999. - 352 с.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

4. Кругман, П. Р.

Основные экономикс: [учебник]/ П. Р. Кругман, Р. Веллс, М. Олни ; [пер. с англ.: А. Смольский]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 876 с.: ил, табл.. - (Классический зарубежный учебник).

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

5. Ку, Р.

Священный Грааль макроэкономики. Уроки великой рецессии в Японии/ Ричард Ку; Фонд "Либеральная миссия". - Москва: Мысль, 2014. - 433 с.: ил.. - Библиогр.: с.405-413 . - Предм. указ.: с. 414-433.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)

6. Макроэкономика: учеб. для бакалавров : для студентов вузов/ [А. В. Аносова [и др.] ; под ред. С. Ф. Серegiной; Высш. шк. экономики, Национ. исследоват. ун-т. - М.: Юрайт, 2011, 2012. - 522 с.: ил., табл., портр.. - (Учебники НИУ ВШЭ). - (Бакалавр). - Библиогр. в конце гл. и в подстроч. примеч..

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1) Макроэкономика: сб. задач и упражнений : практ. пособие/ [А. В. Аносова [и др.] ; под ред. С. Ф. Серegiной. - Москва: Юрайт, 2013. - 154 с.: ил., табл.. - (Учебники НИУ ВШЭ). - ISBN 978-5-9916-2271-4: 243.76, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

7. Макроэкономика. Теория и российская практика: учеб. для вузов/ Финанс. ун-т при Правительстве РФ; под ред.: А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной. - 6-е изд., стер.. - Москва: Кнорус, 2014. - 678, [2] с.: ил. - Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч..

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

8. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: в 5 т./ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; [научно-ред. совет Г. Г. Фетисов (сопред.) [и др.]. - М.: Мысль Т. 4: Век глобальных трансформаций/ [отв. ред. Ю. Я. Ольсевич]. - 2004. - 842,[2] с. -

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

Мэнкью, Н. Г.

Экономикс: [пер. с англ.]/ Н. Г. Мэнкью, М. П. Тейлор. - 2-е изд.. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2013. - 655, [1] с.: табл.. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-496-00138-0. - ISBN 9781844808700: 620.00, 620.00, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

10. Осипов, Г. А.

Макроэкономические пропорции: свойства и следствия/ Г. А. Осипов. - Москва: Экономика, [2003]. - 54 с.: ил.. - Библиогр.: с.52-53 (14 назв.) .

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 2: НА(1), ч.з.N5(1)

Сакс, Дж. Д.

Макроэкономика. Глобальный подход: учебник/ Дж. Д. Сакс; Пер.с англ.;Акад.народного хозяйства при правительстве РФ. - Москва: Дело, 1996.

Имеетсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:

всего /all 2: НА(2)

13. Самуэльсон, П.А.

Экономика: учеб. пособие для вузов/ Самуэльсон П. А., Нордхаус В. Д. ; пер. с англ. под ред. Л. С. Тарасевича, А. И. Леусского. - 15-е изд.. - Москва: Бином-КноРус, 1997, 1999. - 799 с. Имеются экземпляры в отделах /Therearecopiesindepartments:

всего /all 2: НА(2)

7.3. Нормативные документы

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ с изменениями и дополнениями (действующая редакция)<https://www.consultant.ru/document/>

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31 июля 1998 г. №146-ФЗ<http://www.consultant.ru/document>

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ — Редакция от 01.02.2016 — с изменениями<http://www.consultant.ru/document>

4."Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ(с изменениями и дополнениями) <http://www.consultant.ru/document>

5. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 29.12.2015) "О банках и банковской деятельности" (с изм. и доп.)<http://www.consultant.ru/document>

6. Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 29.12.2015) "О занятости населения в Российской Федерации"http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_60/

7. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 30.12.2015) "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" (с изм. и доп.)[http://www.consultant.ru/document/cons_doc LAW 37570/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

–уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.

–глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;

–демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;

–использование дополнительных источников информации для решения кейса;

–выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения "я".

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

– при цитировании;

- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределит ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;,,
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
- составьте список того, что вам предстоит сделать;
- расположите дела в порядке очередности их выполнения;
- составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.

2. Соответствие теме сообщения.

3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.

4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).

- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

- Для фона и текста используйте контрастные цвета.

- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.

- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.

- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.

- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.

- Для информации – не менее 18.

- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.

- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:

- Рамки, границы, заливку;

- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;

- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

- С текстом;

- С таблицами;

- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows 7,
Microsoft Office Standart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

« 03 » 2021 г.

Л.В. Пурьжова
2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинг»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинг»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий Ошибка! Закладка не определена.	
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	14
6.3.1 Тестовые задания	14
6.3.2 Задачи	16
6.3.3 Курсовая работа.....	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине	24
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	27
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	27
7.1. Основная учебная литература.....	Ошибка! Закладка не определена.
7.2. Дополнительная учебная литература	28
7.3. Нормативные документы	28
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	30
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	40
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	40

Наименование дисциплины (модуля)

«Маркетинг»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является приобретение теоретических знаний, формирование практических умений и навыков в области маркетинга.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: — понятие и концепции маркетинга, роль маркетинга в деятельности компании; — управленческие функции маркетинга; — составляющие комплекса маркетинга: товарную, сбытовую, ценовую, коммуникационную политики компании.	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь: — планировать мероприятия в области маркетинга; правильно ставить цели и задачи маркетинговой деятельности;		
Владеть: — навыками и методами анализа основных элементов комплекса маркетинга.		
Знать: — факторы внутренней и внешней маркетинговой среды компании; — принципы и критерии сегментирования рынков, позиционирования компании на рынке; — методы анализа внешней маркетинговой среды и анализа бизнес портфеля компании; — элементы комплекса маркетинга: товарную политику, ценовую, распределительную, коммуникационную.	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: — проводить анализ внешней маркетинговой среды, формировать PEST-матрицу, SWOT-матрицу. — применять принципы сегментирования и позиционирования компании на рынке; — формировать маркетинговые инструменты реализации стратегии компании, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия.		

<p>Владеть:</p> <p>— навыками проведения анализа внешней маркетинговой среды;</p> <p>- навыками анализа основных инструментов маркетинговой деятельности.</p>	
---	--

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Маркетинг» представляет собой дисциплину основной части профессионального цикла (Б1.О.15) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Теория вероятностей и математическая статистика Математика Статистика	Маркетинг	Маркетинговые исследования Финансовый менеджмент Маркетинговый анализ Бухгалтерский учет Поведение потребителей Маркетинговое консультирование Экономическая безопасность Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Статистика	Маркетинг	Методы и модели прогнозирования Международный маркетинг Управленческий учет в маркетинге Маркетинг в социальных медиа Оценка деятельности персонала Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу</i>
--

<i>обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	--
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,35
Часов аудиторных занятий, всего	64,35
Самостоятельная работа	131,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства	50	6	15	6	18	5		
Тема 2. Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя среды	47	6	10	6	20	5		
Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке	32	2	3	2	20	5		
Тема 4. Комплекс маркетинга	86	18	25	18	20	5		
Итого	216	32	53	32	78	20	0,35	0,65
Контактная работа	<i>84,35</i>	32		32		20	0,35	

Самостоятельная работа	131,65		53		78			0,65
Промежуточная аттестация	Экзамен, курсовая работа							

Итоговый контроль – Экзамен, курсовая работа

Содержание основных разделов и тем курса

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Маркетинг как категория рыночного хозяйства	Понятие маркетинга. Эволюция взглядов на «маркетинг». Этапы развития маркетинга как науки. Основные категории маркетинга. Принципы маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга и проблемы. Виды, формы, типы маркетинга. Процесс маркетинга. Принципы маркетинга. Управленческие функции маркетинга. Развитие маркетинга в России, этапы.
2	Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя среды	Внутренняя среда предприятия: факторы среды и их сущность. Внешняя макросреда компании: факторы, сущность, тенденции развития, специфика в России. Внешняя микросреда компании: факторы, сущность, тенденции развития. Методы анализа внешней среды: PEST-анализ, SWOT-анализ, матрицы профиля среды.
3	Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке	Сегментирование рынка: понятие, цели, причины, виды сегментирования. Критерии сегментирования на разных типах рынков. Этапы сегментирования рынка. Эффективность сегментирования. Выбор целевого сегмента. Выбор стратегии охвата рынка. Позиционирование компании на рынке: сущность, подходы, этапы, карты-схемы позиционирования.
4	Комплекс маркетинга	Товарная политика: понятие товара в маркетинге; классификация товаров. Упаковка: понятие, функции, этапы разработки упаковки. Ассортимент: понятие и характеристики. Методы анализа ассортимента: матрица БКГ, ABC-анализ, XYZ-анализ. Ценовая политика: понятие и компоненты цены, основные

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		<p>стратегии ценообразования, методы ценообразования, приемы ценовой сегментации.</p> <p>Сбытовая политика компании: понятие и функции распределительной политики, каналы сбыта, сбытовые посредники их виды.</p> <p>Коммуникационная политика: сущность, цели и задачи. Виды коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, PR-политика. Особенности применения инструментов коммуникаций.</p>

2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Маркетинг: понятие, концепции, современные тенденции	<p>Классификация типов маркетинга по характеру спроса: конверсионный маркетинг, синхромаркетинг, стимулирующий маркетинг и др.</p> <p>Виды маркетинга и их сущность: производственный маркетинг, территориальный маркетинг, глобальный маркетинг, маркетинг коммерческих и некоммерческих организаций, аромамаркетинг и пр. Современные тенденции развития маркетинга: глобализация, сервисизация экономик, постиндустриальное общество. Развитие маркетинга в России, его особенности.</p> <p>Информация в маркетинге</p>
2	Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя микросреда	<p>Факторы внешней микросреды: клиенты, конкуренты, поставщики, контактные аудитории, маркетинговые посредники. Сущность факторов, показатели оценки факторов микросреды. Построение модели Портера.</p> <p>Тенденции развития факторов внешней макросреды в РФ и мире. Построение матриц профиля среды.</p> <p>PEST-анализ: сущность, алгоритм построения. SWOT-анализ: понятие, алгоритм построения простой и расширенной матрицы.</p>
3	Сегментирование и позиционирование компании на	<p>Сегментирование рынка: сущность, виды, цели и задачи. Причины сегментирования. Сегментирование рынка потребительских товаров. Сегментирование рынка товаров производственно-технического назначения. Эффективность сегментирования. Выбор целевого сегмента. Стратегии охвата рынка:</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	рынке	концентрированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, массовый маркетинг. Понятие позиционирования товара (марки). Подходы к позиционированию. Этапы процесса позиционирования товара. Карты-схемы восприятия рынка как инструмент позиционирования товара.
4.	Комплекс маркетинга	Маркетинговые модели товара: трехуровневая модель товара Ф. Котлера. Пятиуровневая модель товара Ф. Котлера. Концепция мультиатрибутивного товара Ж- Ж. Ламбена. Модель товара Диксона. Виды товаров. Сущность концепции ЖЦТ. Этапы жизненного цикла товара и их характеристика. Маркетинговые цели и стратегии на каждом этапе ЖЦТ. Упаковка товара и ее функции. Ассортиментная политика компании. Методы ценообразования. Система распределения в системе маркетинге. Коммуникации в маркетинге: оценка эффективности.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Маркетинг как категория рыночного хозяйства	1. Основные категории маркетинга. Современная трактовка «маркетинга». Роль маркетинга в современном обществе. Современные тенденции развития маркетинга. Развитие маркетинга в России. 2. Классификация типов маркетинга по характеру спроса: конверсионный маркетинг, синхромаркетинг, стимулирующий маркетинг и др. Виды маркетинга и их сущность: производственный маркетинг, территориальный маркетинг, глобальный маркетинг, маркетинг коммерческих и некоммерческих организаций, аромамаркетинг и пр. Подготовка презентации о любом виде маркетинга. 3. Основоположники маркетинга. Изучение биографии, основных концепций, роли в формировании маркетинга как науки ученых-классиков маркетинга: Филип Котлер, Ж-Ж. Ламбен, Эл Райс, Т. Левит, Майкл Портер и др. Подготовка презентации об основоположнике маркетинга. 4. Эссе по книге о маркетинге (любого классика).
2.	Маркетинговая среда: внутренняя	1.Подготовить доклад (презентацию) по теме: Анализ и тенденции развития макрофакторов в России и в мире (на примере любого

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	и внешняя среды	фактора внешней макросреды). 2. На примере конкретного рынка провести анализ факторов внешней маркетинговой среды. Собрать статистическую информацию, сформировать PEST-матрицу, SWOT-матрицу (простую и расширенную).
3.	Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке	1. На примере конкретного рынка выполнить макросегментацию, подобрать критерии для микросегментации рынка.
4.	Комплекс маркетинга	1. Товарная политика. На примере конкретного товара сформировать маркетинговые модели товара. Использовать модели: Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Диксона, Левита. 2. Ассортимент: понятие и характеристики. Методы анализа ассортимента: БКГ-матрица: сущность, алгоритм построения, интерпретация результатов. Тактические методы анализа ассортимента: ABC-анализ, XYZ-анализ. Решение задач. 3. Ценовая политика. Затратные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования. Определение цены на новый товар. Решение задач по формировании цены. 4. Коммуникационная политика: реклама, личные продажи, стимулирование сбыта, пропаганда, PR-политика. Современная классификация коммуникаций: BTL-коммуникации, ATL-коммуникации. Подготовка презентации по инструментам коммуникаций.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства	ОПК-2 УК-10	тестирование		письменно
Тема 2. Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя среды	ОПК-2 УК-10	решение задач		письменно
Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке	ОПК-2 УК-10	тестирование		письменно
Тема 4. Комплекс маркетинга	ОПК-2 УК-10	решение задач		письменно
	ОПК-2 УК-10		Экзамен, курсовая работа	Устно/письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать факторы внутренней и внешней маркетинговой среды компании. Знать принципы и критерии сегментирования рынков, позиционирования компании на рынке. Знать методы анализа внешней и внутренней маркетинговой среды. Знать элементы комплекса маркетинга: товарную политику, ценовую, распределительную, коммуникационную. Знать методы анализа маркетинговой деятельности компании.	1,2,3,4, курсовая работа
2	Владеть методами анализа внешней маркетинговой среды. Включая методы PEST-анализа, SWOT-анализа. Владение методами анализа товарного портфеля, методами формирования ценовой политики компании.	1,2,3,4, курсовая работа

Код компетенции	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные понятия, категории маркетинга, понимает роль маркетинга в деятельности компании. Знает управленческие функции маркетинга, методы их реализации. Умеет применять принципы маркетинга к реализации управленческих функций. Знает составляющие комплекса маркетинга: товарную, сбытовую, ценовую, коммуникационную политики компании. Умеет правильно ставить задачи в области маркетинга.	1,2,3,4, курсовая работа
2	Усвоение и владение понятийным аппаратом в области маркетинга. Владение навыками планирования и осуществления маркетинговых мероприятий при реализации управленческих маркетинговых функций.	1,2,3,4, курсовая работа

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Знание основ анализа внешней и внутренней маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга.	Знание методологии проведения анализа внешней и внутренней маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга	Умение применять методы анализа маркетинговой среды и комплекса маркетинга применительно к конкурентному рынку и предприятию, делать выводы, принимать управленческие	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен, курсовая работа

			решения.	
--	--	--	----------	--

Код компетенции	УК-10Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знание принципов маркетинга, маркетинговых управленческих функций, мероприятий, формирующих комплекс маркетинга	Знание методологии анализа и реализации маркетинговых управленческих функций	Владение навыками анализа, планирования и осуществления маркетинговых мероприятий при реализации управленческих функций.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, экзамен, курсовая работа

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие

сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	низком уровне	ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	---------------	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Тема 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Цель процесса управления маркетингом - определить перспективные направления маркетинговой деятельности, которые обеспечат:
 - конкурентные преимущества компании
 - монопольное положение на рынке
 - максимально широкий ассортимент
 - максимальную загрузку производственных мощностей
2. Ремаркетинг связан со спросом
 - иррациональным
 - отсутствием спроса (нулевой спрос)
 - негативным (отрицательный спрос)
 - чрезмерным
 - снижающимся
 - полноценным (положительный спрос)
 - скрытым
3. Комплекс маркетинга разрабатывается для
 - каждого сегмента рынка
 - каждого посредника
 - каждого товара
 - каждого непосредственного конкурента
4. Назовите управленческие функции маркетинга
 - Аналитическая функция
 - Контрольная функция
 - Сбытовая функция
 - Товарная функция
 - Коммуникационная функция
 - Функция маркетинг-менеджмента
 - Стимулирующая функция

Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Разделение рынка по критериям: тип потребителя, виды технологий, удовлетворяемая потребность представляет собой такой вид сегментирования как ...
 - Макросегментирование
 - Микросегментирование
 - Сегментирование по полу
 - Сегментирование по доходу
2. Назовите переменные сегментирования рынка, которые относятся к

- демографическому принципу сегментирования.
 - этап жизненного цикла семьи
 - плотность населения
 - род занятий
 - тип личности
 - национальность
 - общественный класс
 - пол
 - образ жизни
3. Назовите переменные сегментирования рынка, которые относятся к психографическому принципу сегментирования.
- этап жизненного цикла семьи
 - плотность населения
 - род занятий
 - тип личности
 - национальность
 - общественный класс
 - пол
 - образ жизни
4. Назовите переменные сегментирования рынка, которые относятся к географическому принципу сегментирования.
- этап жизненного цикла семьи
 - плотность населения
 - род занятий
 - тип личности
 - климат
 - регион проживания

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Маркетинговая внутренняя и внешняя макро и микросреда.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Задание 1. На примере конкретного рынка определите составляющие факторов внешней макросреды, соберите статистические данные (за 5 лет), оцените тенденцию развития факторов макросреды, сформируйте PEST-матрицу, сделайте выводы о положительном/отрицательном воздействии факторов внешней среды на рынок.

Задание 2. На примере конкретного предприятия выполните анализ внутренней среды, сформируйте поля «Сильные стороны»и «Слабые стороны» предприятия в SWOT-матрице. Включите в проведенный анализ результаты PEST-матрицы. Сформируйте простую и расширенную SWOT-матрицу. Сформулируйте стратегии:SO- стратегию, WO- стратегию, ST- стратегию, WT-стратегию компании.

Задание 3. Туристическое агентство «Бюро Путешествий» действует на рынке туристских услуг Калининградской области более 10 лет. Туристическое агентство располагает 3 офисами. Миссия организации: предоставлять качественные туристические услуги и удовлетворять все запросы клиентов по организации комфортного отдыха за рубежом и внутри страны. Компания располагает собственнымweb-сайтом, ведет активную политику продвижения в социальных сетях, имеет высокую известность среди клиентов. Составьте SWOT-матрицу, исходя из общего списка сильных, слабых сторон, возможностей и угроз.Список сильных, слабых сторон, возможностей и угроз: отсутствие программы лояльности, рост популярности Калининградской области как места отдыха российских граждан, спад в экономике страны, вызванный мировым кризисом;снижение платежеспособности населения Калининградской области, доступность социальных сетей для клиентов, нестабильность курсов валют, гибкая ценовая политика, рост терроризма и политических рисков в мире, отсутствие клиентской базы, высокая конкуренция на рынке, хорошая репутация компании, низкие барьеры входа на рынок, сокращение населения области; уход крупнейших операторов туристического бизнеса с рынка;опытные менеджеры по туризму, хорошо знающие сферу своей деятельности; хорошее расположение офисов компании; широкий спектр предоставляемых туров; эффективная реклама и развитость социальных сетей; появление и расширение нового сегмента рынка – сегмента въездного туризма; высокая сезонность спроса на туристические услуги; отсутствие у компании четкой стратегии развития; низкое информационное обеспечение бизнеса, отсутствие программных продуктов для работы с клиентами;отсутствие CRM-системы; большой удельный вес постоянных клиентов; смена потребительских предпочтений в выборе места отдыха; высокие инфляционные ожидания населения; рост военно-политической напряженности в мире; высокие риски, связанные с невыполнением контрагентами своих обязательств (авиакомпаниями, туроператорами); рост цен на туры в Турцию; неблагоприятные погодные условия в Калининградской области (особенно в осенне-зимний период); расширение и модернизация калининградского аэропорта (появление новых стран для туризма из Калининграда).

Тема 4. Комплекс маркетинга

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Задание 1. Проведите стратегический анализ ассортимента страховой компании с помощью классической БКГ-матрицы, сделайте выводы о сбалансированности ассортимента. Исходные данные приведены в таблице 1.

Таблица – Объемы продаж страховых услуг, тыс.руб.

Товарные группы	Объемы продаж страховых услуг на рынке, тыс. руб.		Объемы продаж страховых услуг в 2018 г.	
	2017	2018	Страховая компания РОСГОССТРАХ	Ведущий конкурент рынка
Личное страхование	23987	24786	3428	3567
Имущественное страхование	143509	123678	2314	4567
Страхование ответственности	23878	245678	1245	2315

Задача 2. Проведите ABC-анализ ассортимента компании.

Таблица – Товарооборот по товарным группам за первый квартал (руб.)

Товарная группа	Оборот по группе за 1-й квартал	Доля в обороте %
ИТОГО (руб.)	8 319 292	
Вино-водочные изделия	1 021 079	
Мясная гастрономия	913 300	
Мясопродукты	684 516	
Молочная продукция	628 124	
Замороженные продукты	551 846	
Бакалея	496 095	
Овощи-фрукты	362 844	
Кондитерские изделия	339 236	
Слабоалкогольные напитки	335 695	
Рыба	334 842	
Детское питание и детские товары	321 165	
Сыры	307 343	
Бытовая химия	266 587	
Растительное масло	249 404	
Чай, кофе	238 777	
Консервы	211 578	

Салаты	199 196	
Хлебобулочные изделия	181 469	
Чипсы, снеки	178 597	
Соусы, специи	120 749	
Безалкогольные напитки	109 343	
Табак	102 985	
Товары для животных	85 223	
Сопутствующие товары	79 299	

Задание 3. Выполните ABC-анализ товарного ассортимента по двум параметрам: прибыли и выручке, сделайте необходимые выводы.

категория	оборот за 1 квартал	доля в обороте	прибыль за 1 квартал	доля в прибыли	группа по обороту	группа по прибыли
Конфеты шоколадные в коробках	42 429		12 729			
Конфеты шоколадные фасованные	40 397		12 119			
Пирожные фасованные	39 045		8 590			
Зефир	22 439		6 732			
Торты вафельные	37 219		6 327			
Печенье	35 366		6 012			
Рулеты	24 865		5 222			
Леденцы	12 529		4 761			
Крекеры	19 091		4 009			
Вафли	16 926		3 893			
Халва	12 558		2 888			
Круассаны	12 767		2 809			
Кексы фасованные	10 359		2 693			
Галеты (хлебцы)	9 725		1 750			
Мармелад	3 520		739			
ИТОГО	339 235	100%	88 223	100%		

Задание 4. Выполните XYZ-анализ товарного ассортимента компании.

Таблица – Объемы продаж по товарным категориям тыс.руб.

Категории	Оборот за январь	Оборот за февраль	Оборот за март	Оборот за 1-й квартал	Среднее значение	Значение подкоренного выражения	Коэффициент относительной вариации
Зубная паста	616	623	629	1868			
Губки, салфетки для посуды	113	110	112	335			
Гигиенические тампоны, прокладки	1942	1904	1961	5807			
Туалетная бумага и полотенца	1313	1366	1341	4020			
Лаки, муссы, гели для	1704	1655	1721	5079			

волос							
Гели, скрабы для тела	844	839	812	2496			

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»**-выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов.

6.3.3. Темы курсовых работ

В течение семестра студенты выполняют курсовую работу по тематике, приведенной ниже.

Курсовая работа – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания курсовой работы – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании курсовой работы необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы курсовой работы;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить исходные данные, расчеты по теме исследования.

Объем курсовой работы может достигать 35-50 стр. Подготовка курсовой работы подразумевает самостоятельное изучение студентом не менее 10 литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, в том числе и не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала, краткое его изложение, сбор и подготовку статистических данных для анализа, проведение статистического анализа собранных данных, а также получение результатов и выводы по итогам проведенного исследования.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании курсовой работы необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план работы, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы,

Интернет-ресурсы, приложение (таблицы, рисунки и др.) в) курсовая работа должна включать расчетную часть, работы описательного характера по дисциплине не принимаются к защите. Оформленная в письменном виде курсовая работа сдается на проверку ведущему преподавателю в установленном порядке. Электронный вариант работы передается ведущему преподавателю для проверки оригинальности текста. Проверенная работа либо допускается к защите, либо возвращается студенту на доработку для устранения замечаний. Допущенная к защите работа возвращается студенту для подготовки презентации. Защита курсовой работы проводится в форме презентации.

Тема 1. Маркетинг как категория рыночного хозяйства

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Развитие современных концепций маркетинга (на примере предприятий)

Тема 2. Маркетинговая внутренняя и внешняя макро и микросреда.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды компании.
2. Анализ конкурентной среды компании на рынке.
3. Анализ внешней микросреды компании на рынке.
4. Анализ внешней макросреды компании на рынке.
5. Стратегический маркетинговый аудит компании на рынке.

Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование компании на рынке

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Сегментация рынка услуг (на примере конкретного рынка)
2. Разработка подходов к решению вопроса позиционирования компании на рынке (на примере компании).
3. Анализ потребителей и сегментация рынка (на примере ...)

Тема 4. Комплекс маркетинга

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Анализ маркетинговой деятельности компании на рынке.
2. Разработка плана маркетинга на предприятии.
3. Анализ и совершенствование ассортиментной политики компании на рынке.
4. Анализ и совершенствование товарной политики компании.
5. Разработка и обоснование системы скидок (на примере компании...)
6. Анализ и совершенствование ценовой политики компании.
7. Анализ и совершенствование распределительной политики компании.
8. Анализ конкурентоспособности компании на рынке...
9. Совершенствование коммуникационной политики компании.
10. Анализ рекламной политики и разработка рекламной кампании (на примере предприятия...)
11. Анализ конкурентоспособности товара на рынке...
12. Анализ и совершенствование рекламной политики компании.
13. Анализ товарного портфеля организации.
14. Выбор и обоснование ценовой стратегии компании на рынке.
15. Анализ и совершенствование системы управления маркетингом.
16. Анализ системы товародвижения и разработка мероприятий по ее улучшению (на примере предприятия...)
17. Анализ этапов жизненного цикла товарной марки (товара).

Тема курсовой работы также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы курсовых работ согласуются с преподавателем.

Дескрипторы для поэтапного оценивания курсовой работы

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании курсовой работы

Критерии	Показатели
Новизна текста курсовой работы	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений и расчетов.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме курсовой работы; - соответствие содержания теме и плану курсовой работы; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения, расчеты и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему курсовой работы; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Критерии и шкала оценивания компетенций курсовой работы

ОТЛИЧНО ставится в случае, если в работе представлен полный количественный и качественный анализ предмета исследования, на основе проведенного анализа студентом разработаны направления совершенствования маркетинговой деятельности. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал высокий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют ошибки в расчетах, выводы построены на глубоком и научном анализе предмета исследования.

ХОРОШО ставится в случае, если в работе представлен количественный и качественный анализ предмета исследования. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал хороший уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы построены на научном анализе предмета исследования, но применялись в основном

качественные (экспертные) методы анализа данных, работа может содержать некоторые неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе представлен слабый количественный анализ предмета исследования. Изложение текста удовлетворительно структурировано, не совсем логично изложено. Студент показал удовлетворительный уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, но выводы построены в большей мере на качественных (экспертных) методах анализа данных, работа содержит неточности, ошибки, исправленные после проверки преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе не представлен количественный анализ предмета исследования. Изложение текста слабо структурировано, нелогично изложено. Студент показал низкий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Присутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы не подкреплены научным анализом предмета исследования либо студент отклонился от темы.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Вопросы к экзамену:

1. Сущность понятия "маркетинг". Эволюция понятий "маркетинга".
2. Основные категории маркетинга и их сущность.

3. Маркетинг как научная отрасль знаний. Эволюция маркетинга как науки. Развитие маркетинга в России.
4. Производственная концепция маркетинга: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
5. Товарная концепция маркетинга: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
6. Сбытовая концепция маркетинга: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
7. Традиционная концепция маркетинга: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
8. Социально-этическая концепция маркетинга: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
9. Концепция маркетинга взаимодействия: сущность, период возникновения, достоинства и недостатки.
10. Концепция «4P»: сущность, компоненты маркетинг микса.
11. Принципы и функции маркетинга.
12. Виды маркетинга по характеру спроса.
13. Внутрифирменная среда предприятия: понятие и факторы среды.
14. Понятие маркетинговой среды деятельности фирмы. Факторы микросреды и их сущность.
15. Понятие маркетинговой среды деятельности фирмы. Факторы макросреды и их сущность. Современные тенденции развития факторов макросреды на российских рынках. PEST-анализ.
16. Методы анализа маркетинговой среды. SWOT-анализ: сущность, методика построения.
17. Сегментирование рынка: понятие, виды, цели, причины. Макросегментирование и микросегментирование рынков.
18. Этапы процесса сегментирования рынка и их сущность.
19. Критерии сегментирования рынка товаров производственного назначения.
20. Критерии сегментирования потребительского рынка.
21. Эффективность сегментирования. Критерии эффективного сегментирования рынка.
22. Выбор целевого сегмента. Оценка привлекательности сегментов. Учет сильных и слабых сторон фирмы при выборе сегментов.
23. Позиционирование фирмы на рынке: сущность, подходы, этапы, методы, ошибки.
24. Понятие товара в маркетинге. Три уровня товара. Концепция мультиатрибутивного товара.
25. Классификация товаров и их характеристика.
26. Концепция жизненного цикла товара. Виды ЖЦТ. Этапы ЖЦТ и их характеристика.
27. Маркетинговые стратегии на различных этапах ЖЦТ.
28. Матрица БКГ как метод анализа товарного портфеля: сущность, достоинства и недостатки.
29. Понятие товарного ассортимента и товарной номенклатуры и их характеристики.
30. Методы анализа товарного ассортимента: ABC-анализ: сущность, алгоритм реализации.
31. Методы анализа товарного ассортимента: XYZ-анализ: сущность, алгоритм реализации.
32. Ценовая политика фирмы: понятие и основные цели. Базовые стратегии ценообразования и условия их эффективной реализации.
33. Этапы разработки ценовой стратегии и их сущность.

34. Сегментарное ценообразование: сущность, цель применения. Факторы, влияющие на восприятие экономической ценности.
35. Модель ценовой сегментации Р. Хамера. Методы ценовой сегментации рынка.
36. Понятие и задачи системы распределения. Субъекты сбыта. Причины использования сбытовых посредников.
37. Функции субъектов, входящих в канал сбыта.
38. Структура и уровни каналов распределения. Критерии выбора канала сбыта.
39. Типы торговых посредников. Типы конкуренции между торговыми посредниками.
40. Основные типы вертикальных маркетинговых систем их характеристика и цели построения.
41. Стратегии охвата рынка: интенсивный сбыт, избирательный сбыт, эксклюзивный сбыт. Факторы, определяющие выбор стратегии и функции торговых посредников.
42. Коммуникационная политика и ее составляющие. Цели и этапы разработки коммуникационной политики.
43. Стимулирование сбыта, личная продажа и пропаганда: основные характеристики, достоинства и недостатки применения.
44. Реклама: функции, виды, средства, достоинства и недостатки. Общие этапы планирования рекламной кампании.
45. Становление системы маркетинговых коммуникаций: этапы и их сущность.
46. Современная классификация подсистем маркетинговых коммуникаций: ATL/BTL/TTL- коммуникации и их характеристика.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Экзамен может также проводиться в форме тестирования в электронной среде или устно или письменно. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1.

По результатам защиты курсовой работы выставляются оценки отлично, хорошо, удовлетворительно и неудовлетворительно. Тематика курсовых работ и критерии оценивания представлены в разделе 6.3.3.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием пятибалльной системы оценивания, дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. В течение всего семестра проводится: аудиторный контроль, внеаудиторный контроль, рубежный контроль, итоговый контроль.

Аудиторный контроль включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторный контроль включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку конспекта по новой теме, разработку творческих заданий, написание эссе по книге и пр.

Рубежный контроль проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, решение задач по данной теме, выполнение творческих заданий.

Итоговый контроль представляет собой промежуточный контроль по дисциплине.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность ответа по сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль осуществляется в БРС или ЛМС-3 системе.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная литература

1. Голубков, В. В. Маркетинг: Курс лекций : учебное пособие / В. В. Голубков. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 48 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154527> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Маракулина, И. В. Управление маркетингом (продвинутый уровень) : учебное пособие / И. В. Маракулина. — Киров : Вятская ГСХА, 2016. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156907> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 75 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163841> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Кудрявцева, И. Г. Коммерческое ценообразование: Курс лекций : учебное пособие / И. Г. Кудрявцева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 185 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163920> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

2. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учеб. для вузов/ Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич; под общ. ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2010. - 573 с.: ил. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 567-573 (158 назв.). - ISBN 978-5-49807-589-1: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1) Свободны / free: НА(1)
3. **Котлер, Ф.** Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс/ **Ф. Котлер**; Пер. с англ. Т. Виноградовой, Д. Раевской, Л. Царук; Под ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2001. - 495 с. - (Деловой бестселлер). - Парал.,тит.л.рус.,англ.Библиогр.в конце гл.. - ISBN 5-318-00228-5: **Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:** всего /all 2: НА(2) Свободны / free: НА(2)
4. Казакова, Н. А. **Маркетинговый анализ** [Электронный ресурс]: учеб.пособие для вузов/ Н. А. Казакова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.: рис., табл.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 235-236 (36 назв.). - Лицензия до 23.06.2020 г.. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-16-005220-5
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)
5. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с.

6. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько, 2018. - 1 on-line, 521 с.
7. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.
8. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев, 2019. - 1 on-line, 315 с.
9. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. А. Казакова, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.
10. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с.
11. Лифиц И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для приклад. бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева, 2019. - 1 on-line, 405 с.
12. Мамонтов С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с.
13. Маховикова Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 231 с.
14. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 1, 2018. - 1 on-line, 257 с.
15. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / [О. Н. Романенкова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Романенковой, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 456 с.
16. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 552 с.
17. Синяева И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ И. М. Синяева, О. Н. Жильцова; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 3-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 495 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-02621-4: Б.ц. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1) Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)
18. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2019. - 1 on-line, 437 с.
19. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / Л. Н. Федотова, 2019. - 1 on-line, 391 с.

7.4. Нормативные документы

1. ФЗ «О защите прав потребителей».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБСКантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

5. ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Указания к выполнению курсовой работы

Курсовая работа является одним из видов научной работы. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Все курсовые работы пишутся на примере конкретного предприятия, осуществляющего свою деятельность в Калининградской области либо товарного рынка.

Курсовые работы проходят проверку в системе «Антиплагиат» с установлением минимального процента оригинальности – 60 %. При невыполнении этого требования работа не может быть допущена к защите.

Курсовая работа должна привить студенту навыки творческого изучения и решения актуальных проблем в области маркетинга. Изложение материала должно быть научным, иметь логическую последовательность. Курсовая работа не должна содержать орфографические, пунктуационные, фактические и стилистические ошибки. Необходимо обеспечить соблюдение требований к оформлению и содержанию.

Курсовая работа обычно состоит из введения, двух-трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы машинописного или компьютерного текста – 40-50 страниц. Объем приложений не ограничен.

Рассмотрим части курсовой работы:

1. **Титульный лист** (приложение А). Титульный лист не нумеруется.
2. **Содержание**. Содержание содержит перечень заголовков глав, параграфов работы (без сокращений, в той же последовательности и соподчиненности) с указанием страниц (приложение Б).
3. **Введение**. Во введении должна быть раскрыта:
 - **актуальность темы исследования** (до 1 страницы текста);
 - **цель исследования** (например, разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности на основе оценки конкурентоспособности компании на рынке);
 - **задачи исследования** - представляют собой действия, которые планируется совершить для достижения цели; это своеобразные ступеньки, по которым надо пройти, чтобы достигнуть конечного результата (например, изучить; составить....; проанализировать). Перечень задач соответствует последовательности выделения параграфов в работе, пишется строго по содержанию курсовой работы.

- **объект исследования** - это явление, процесс, система на которую направлена исследовательская деятельность. Например, объектом исследования может являться изучаемый рынок или само предприятие и пр.
- **предмет исследования**– это те стороны (свойства, отношения) объекта исследования, которые непосредственно связаны с изучаемой проблемой и на которых сфокусирован научный поиск исследователя. Например, предметом может выступать конкурентная среда рынка или маркетинговая деятельность компании и пр.
- **методы анализа**, которые автор применял в процессе исследования предмета. Это могут быть общенаучные методы анализа (анализ, синтез, дедукция и пр.) или маркетинговые методы, например, метод SWOT-анализа, PEST-анализа, ABC-анализа и другие.
- **информационная база исследования.** Она, как правило, представляет собой источники внешней и внутренней вторичной информации (бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, информационные сайты и пр.), которые использовались при написании работы в качестве основных источников информации.

Несмотря на то, что введение формально предшествует первой части, как правило, пишется оно в самом конце работы. Объем введения составляет от полутора до трех машинописных листов установленного формата.

4. Методологическая (теоретическая) часть.

Представляет собой первую главу курсовой работы и посвящена раскрытию теоретических и методологических аспектов предмета исследования. Традиционно содержит три параграфа, сбалансированных по объему (от 5 до 7-8 страниц каждый параграф). Данная часть курсовой работы должна содержать описание системы категорий, понятийного аппарата, концепций, инструментария (приемов и методик), принципов, используемых автором во второй главе курсовой работы. Необходимо подчеркнуть, что содержание теоретической части должно быть напрямую связано с *темой курсовой работы*. В теоретической части автор должен выполнить обзор научной литературы по данному предмету исследования, представить разные точки зрения, существующие в науке по изучаемому вопросу. В первой главе обязательно должны присутствовать сноски на используемые библиографические источники. Оформление сносков выполняем по тексту через квадратные скобки с указанием номера библиографического источника и номера страницы.

5. Практическая часть (вторая глава курсовой работы).

Посвящена количественному и качественному анализу факторов внешней и внутренней маркетинговой среды рынка, с четким углублением в количественный анализ *предмета исследования*. Содержит от 3 до 4-5 параграфов. Объем главы составляет до 40%-50% курсовой работы. *Это самая важная часть курсовой работы!* Именно она позволит автору обоснованно подойти к формулировке практических рекомендаций, направленных на совершенствование маркетинговой деятельности компании, работающей на конкурентном рынке. Структура второй главы чаще всего следующая.

Пункт 2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «...».

В данном параграфе автор описывает историю и год появления компании на рынке; направления деятельности; организационно-правовую форму предприятия; организационную структуру, выявляя ее достоинства и недостатки; на основе данных бухгалтерского баланса выполняет финансово-экономический анализ деятельности предприятия.

Пункт 2.2. Анализ факторов внешней макросреды рынка.

В данном параграфе автор описывает и анализирует влияние факторов макросреды на деятельность компании. Анализ факторов может быть основан на статистических данных, а также оценках экспертов. В процессе анализа факторов макросреды по каждому

фактору (экономическому, политико-правовому, демографическому, социально-культурному, научно-технологическому, природному) формируем набор составляющих фактор сил (компонентов). Далее по каждому компоненту собираем статистическую информацию, выявляем основную тенденцию развития и направление (положительное или отрицательное) влияния компонента фактора на отрасль и компанию, делаем соответствующие выводы. Анализ факторов макросреды завершаем построением PEST-матрицы. При написании параграфа рекомендовано обращение в РОССТАТ.

Пункт 2.3. Анализ факторов внешней микросреды рынка.

В данном параграфе необходимо рассмотреть и проанализировать влияние основных факторов внешней микросреды рынка: конкурентов компании, клиентов компании (описываем сегменты на которых работает компания, а также социально-экономический профиль целевого сегмента), поставщиков и др. факторов. Особый упор делаем на анализ конкурентов! Для этого выполняем сравнительный анализ конкурентов по основным маркетинговым критериям (комплекс «4Р»): уровень цен, широта ассортимента, качество продукции, качество обслуживания, оценка сайта, степень присутствия фирм конкурентов в социальных сетях, разветвленность сбытовой сети и пр. По каждому критерию сравнения необходимо собрать количественную или качественную информацию по основным компаниям конкурентам, сделать выводы, в чем состоят преимущества и недостатки вашей компании как по отдельным критериям, так и в целом. Также можно использовать в анализе конкурентной среды модель пяти сил конкуренции Майкла Портера, методы и модели оценки конкурентоспособности компании (или товара) с построением многоугольника конкурентоспособности.

Пункт 2.4. Анализ маркетинговой деятельности.

В данном параграфе выполняем анализ основных элементов комплекса маркетинга: товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики компании. Стараемся использовать количественные методы анализа, например, в анализе ассортимента применять методы ABC-анализа, XYZ-анализа, метода БКГ и другие.

Логично закончить вторую главу расширенным SWOT-анализом, который подведет итог проведенному анализу объекта и предмета исследования.

Конечно, структура второй главы может отличаться по разным темам. Самое главное помнить, что вторая глава должна содержать глубокий количественный анализ предмета исследования и тех дополнительных факторов внешней маркетинговой среды рынка (конкурентов, клиентов, факторов макросреды и пр.) без анализа которых невозможно дать практические рекомендации по улучшению положения компании на рынке.

6. Проектная часть. Представляет собой перечень основных направлений, рекомендаций, плана мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности компании. Объем главы 10-20% объема работы. Можно начать главу со SWOT-анализа.

7. Заключение.

Заключение курсовой работы должно раскрывать ее главный смысл. Необходимо помнить, что заключение - это не просто перечень полученных результатов, а их итоговый синтез. Синтез - это последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами. В заключении никаких двояких толкований не допускается. Объем заключения составляет порядка 10% всей работы (без учета приложений).

8. Библиографический список.

9. Приложения. В приложения выносятся дополнительная информация, послужившая источником для проведения анализа, например, бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, прейскуранты цен, рекламные материалы и пр.

Законченная курсовая работа сдается студентом на кафедру экономики и менеджмента в установленный графиком срок, проверяется преподавателем с указанием замечаний и при устранении замечаний допускается к защите.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (MicrosoftPowerPoint), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно:

строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

– хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;

– логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;

– употребляйте только понятные аудитории термины;

– хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;

- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.

- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;

- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;

- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);

- поблагодарите слушателей за внимание

- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;

- цели, преследуемые вами в работе;

- критерии успешности конечного результата;

- структура и формат изложения;

- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.
6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
 - свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.
8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.
9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MSOffice 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
« 03 » _____ 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинговое консультирование»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинговое консультирование»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.3.1 Тестовые задания	12
6.3.2 Задачи	13
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	13
6.3.4 Решение кейсов	17
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	20
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
7.1. Основная учебная литература.....	22
7.2. Дополнительная учебная литература	23
7.3. Нормативные документы	Ошибка! Закладка не определена.
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	24
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	24
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	24
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	25

Наименование дисциплины (модуля)

«Маркетинговое консультирование»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотношенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Маркетинговое консультирование» является формирование у студентов знаний навыков и умений в области консультирования и применения маркетингового подхода к консультированию на российском рынке. Целью дисциплины является формирование теоретических знаний о сущности, целях и задачах консультирования по вопросам маркетинга, а также в формирование у студентов практических навыков по организации и проведению консультационных мероприятий в области маркетинга

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: основные теоретические подходы по проведению маркетинговых исследований	ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: применять современные инструменты маркетинговых исследований для сбора, обработки и анализа данных		
Владеть: современными методиками переработки информации и интерпретации результатов маркетинговых исследований		

2. Место дисциплины в структуре ООП подготовки бакалавриата: дисциплина «Маркетинговое консультирование» представляет собой дисциплину по выбору базовой части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.03.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК 2	Математика, Теория вероятностей и математическая статистика, Статистика, Маркетинговые исследования	Маркетинговые коммуникации	Поведение потребителей Маркетинговое консультирование Экономическая безопасность Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на ___3___ курсе в ___5___ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	10
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	50
Самостоятельная работа	57,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Содержание и сущность бизнес-консультирования		2	4	4	6	1		
Тема 2. Рынок консалтинговых услуг.		4	4	4	6	2		
Тема 3. Процесс консультирования		4	4	4	6	2		
Тема 4. Особенности маркетингового консультирования. аудит маркетинга		2	2	4	6	2		
Тема 5. Маркетинговые исследования		2	2	4	6	1		
Тема 6. Информационные технологии в маркетинге		2	4	4	7,75	2		
Итого		16	20	24	37,75	10	0,25	0,75
Контактная работа							0,25	
Самостоятельная работа								0,75
Промежуточная аттестация		дифференцированный зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Содержание и сущность бизнес-консультирования	История возникновения и развития мирового консалтинга Становление отечественного консалтинга. Определение консультирования (консалтинга) . Общие и специфические

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		черты консалтинговых услуг. Предпосылки к применению консультирования. Своевременность обращения к консультанту
2.	Тема 2. Рынок консалтинговых услуг.	Консалтинг как отрасль.. Карта российского рынка консалтинговых услуг. Распределение консалтинговых компаний и их услуг по субъектам РФ. Распределение количества заказчиков консалтинговых услуг по отраслям.. Тенденции <u>российского рынка консалтинговых бизнес-услуг</u>
3.	Тема 3. Процесс консультирования	Основные этапы процесса консультирования. Первый этап консультирования «Начало проекта».. Второй этап консультирования «Диагноз проблемы клиента».. Третий этап консультирования «Планирование действий». Четвертый этап консультирования «Внедрение». Пятый этап консультирования «Завершающий этап»
4.	Тема 4. Особенности маркетингового консультирования. аудит маркетинга	Основные аспекты маркетингового консультирования... Аудит (ревизия) маркетинга. Отчет консультанта, корректировочные мероприятия
5	Тема 5. Маркетинговые исследования	Основные направления проведения маркетинговых исследований Проведение маркетингового исследования с помощью консалтинговой фирмы. Исследовательская методология Mystery Shopping («Таинственный покупатель»)
6	Тема 6. Информационные технологии в маркетинге	CRM - информационно-аналитическая система управления маркетинговой деятельностью компании. Минимизация рисков внедрения CRM. Организация процесса планирования внедрения CRM. Внедрение CRM-системы с помощью консультанта

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Содержание и сущность бизнес-консультирования	История возникновения и развития мирового консалтинга Становление отечественного консалтинга. Определение консультирования (консалтинга) . Общие и специфические черты консалтинговых услуг. Предпосылки к применению консультирования. Своевременность обращения к консультанту
2.	Тема 2. Рынок консалтинговых услуг.	Консалтинг как отрасль.. Карта российского рынка консалтинговых услуг. Распределение консалтинговых компаний и их услуг по субъектам РФ. Распределение количества заказчиков консалтинговых услуг по отраслям.. Тенденции <u>российского рынка консалтинговых бизнес-услуг</u>
3.	Тема 3. Процесс консультирования	Основные этапы процесса консультирования. Первый этап консультирования «Начало проекта».. Второй этап консультирования «Диагноз проблемы клиента».. Третий этап консультирования «Планирование действий».

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Четвертый этап консультирования «Внедрение». Пятый этап консультирования «Завершающий этап»
4.	Тема 4. Особенности маркетингового консультирования. аудит маркетинга	Основные аспекты маркетингового консультирования Аудит (ревизия) маркетинга Отчет консультанта, корректировочные мероприятия .
5	Тема 5. Экспертиза бизнес-проектов и бизнес-планов	Подход к экспертизе Предмет экспертизы Процесс экспертизы бизнес-планов..
6	Тема 6. Тактический маркетинг для консалтинговых компаний	Постановка системы маркетинга в консалтинговой компании. Маркетинговое подразделение консалтинговой компании.. Каналы привлечения заказов от существующих клиентов .Каналы привлечения новых клиентов. Развитие торговой марки консалтинговой компании.. Ценообразование на рынке консалтинговых услуг. Типичные ошибки в маркетинге консалтинговых услуг

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Разработка стратегий предприятия	Комплекс “цели - стратегии” Процесс разработки стратегий
2.	Тема 2. Оптимизация организационной структуры отдела сбыта	Оптимизация организационной структуры: основной эффект, причины и целесообразность проведения. Сбыт как предмет оптимизации . Программа оптимизации и отчет консультанта. Внедрение .
3.	Тема 3. Экспертиза бизнес-проектов и бизнес-планов.	Подход к экспертизе Предмет экспертизы Процесс экспертизы бизнес-планов
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования	Основные направления проведения маркетинговых исследований Проведение маркетингового исследования с помощью консалтинговой фирмы. Исследовательская методология Mystery Shopping («Таинственный покупатель»)...
5	Тема 5. Информационные технологии в маркетинге	Внедрение CRM-системы с помощью консультанта CRM - информационно-аналитическая система управления маркетинговой деятельностью компании Минимизация рисков внедрения CRM Организация процесса планирования внедрения CRM

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
6	Тема 6. Тактический маркетинг для консалтинговых компаний	Постановка системы маркетинга в консалтинговой компании Маркетинговое подразделение консалтинговой компании Каналы привлечения заказов от существующих клиентов Каналы привлечения новых клиентов Развитие торговой марки консалтинговой компании Ценообразование на рынке консалтинговых услуг Типичные ошибки в маркетинге консалтинговых услуг

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Содержание и сущность бизнес-консультирования	ОПК 2	тестирование		письменно
Тема 2. Рынок консалтинговых услуг.	ОПК 2	решение кейса		письменно
Тема 3. Процесс консультирования	ОПК 2	реферат		письменно
Тема 4. Особенности маркетингового консультирования. аудит маркетинга	ОПК 2	тестирование		письменно
Тема 5. Маркетинговые исследования	ОПК 2	реферат		письменно
Тема 6. Информационные технологии в маркетинге	ОПК 2	решение кейса		письменно
			Зачет с оценкой	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК 2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные методы, подходы и принципы сбора обработки и анализа данных для принятия управленческих решений в области маркетинга	1,2,3
2	Владеет навыками приема маркетинговых исследований, методиками бизнес-консультирования и применения современных информационных технологий в процессе оценки в бизнес среде, в сфере маркетинга и маркетинговых исследований	4,5,6

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК 2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание методов приемов и подходов к оценке бизнес среды, умение выявлять слабые и сильные стороны организации и объективно оценивает сложившуюся рыночную обстановку на основе современных методов маркетингового анализа	Знает методы сбора маркетинговой информации, способы ее обработки	Владеет методиками маркетинговых исследований и	Владеет методами анализа и интерпретации маркетинговой информации, для объективной оценки и разработки стратегии развития предприятия	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Тема 2.

Проверяемые компетенции

ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

.....

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 3.

Проверяемые компетенции

ПК – 4	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
--------	--

Задание 1. На валютном рынке даются следующие котировки валют для следующих сделок:

Срок	Доллар США \$ / Рубль	Евро € / Рубль
Курс Спот	66,5430 – 66,5480	74,3212 – 74, 3262
2 мес.	90 – 130	10 – 8

Определить форвард доллара США к рублю и евро к рублю на 2 месяца.

Задание 2. Сделать расчет доходности депозита в иностранной валюте с учетом курсовых изменений.

Задание 3. Фирме в России требуется через 1 месяц (30 дней) 100 тыс. долларов США. Курс доллара к рублю равен:

Спот 66,7000 – 67,8000
1 месяц 100 – 150

Определить эффективность форвардной сделки по покупке долларов США, если курс доллара через один месяц на спот-рынке составит: 66,7050 – 67,8050.

Если при помощи задач проверяется несколько компетенций в нескольких темах – включаем в этот раздел задачи по этим темам.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но

достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные

части кадра.

Тема 4,5,6

Проверяемые компетенции

ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Темы рефератов

- Отличия маркетингового консультирования от других видов консультирования
2. Основные препятствия на пути развития консалтинга в России и возможные способы их преодоления
 3. Обзор рынка консалтинговых услуг города Ульяновска: количество действующих консалтинговых фирм, сфера деятельности, перечень услуг
 4. Управление процессом изменения в организации
 5. Поведенческие роли консультанта
 6. Вопросы культуры при проведении консультирования
 7. Профессиональные ассоциации и кодексы поведения консультантов
 8. Особенности составления отчета консультанта
 9. Коучинг и консалтинг: основные отличия
 10. Аутсортинг маркетинговых услуг
 11. Особенности продвижение продукта на рынке с помощью консалтинговой фирмы
 12. Основные правила презентации
 13. Деловые беседы, переговорные технологии
 14. Телефонные переговоры
 15. Эффективное использование рабочего времени
 16. Организация рабочего места
 17. Конфликты, разрешение конфликтных ситуаций
 18. Разработка должностных инструкций сотрудников отдела маркетинга
 19. Разработка стандартов деятельности отдела маркетинга
 20. Правовые аспекты деятельности консалтинговых фирм

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	актуальность проблемы и темы; новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	соответствие плана теме реферата; соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованность способов и методов работы с материалом; умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	круг, полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата; культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 3,4.

Проверяемые компетенции

ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Пример кейса.

.....Консалтинговый бизнес-кейс по продвижению экологического аудита

Цель работы: получить навыки разработки программы по продвижению мало востребованного продукта

Группа компаний «Профессиональные аудиторские консультации» специализируется на предоставлении консалтинговых и аудиторских услуг. Среди клиентов компании — крупные предприятия и организации всех форм собственности и отраслей народного хозяйства. Помимо стандартных услуг, включающих в себя аудит и налоговый консалтинг, компания хочет вывести на рынок новую услугу – экологический аудит.

Экологический аудит — это новый вид аудиторских услуг, получающий развитие в России вследствие нарастающей озабоченности общества состоянием окружающей среды, ужесточением законодательства РФ и недостатком достоверной информации в этой области.

Когда необходим экологический аудит. Необходимость экологического аудита при приватизации, смене прав собственности связана с учетом требований и определением ответственности за прошлый экологический ущерб при смене собственника, для повышения эффективности работы промышленных предприятий всех видов в области охраны окружающей среды.

Экологический аудит при необходимости охватывает такие области деятельности предприятия, связанные в той или иной степени с воздействием на окружающую среду, как планирование, исследования, разработка продукции и процессов, маркетинг, продажа, покупка, упаковка, технология производства, финансы, основные средства, подбор и обучение персонала и др. Достаточно часто предприятиям требуется аудит цикла обращения отходов производства и потребления. Целью экологического аудита отходов производства и потре-

162

ния предприятий, организаций и учреждений вне зависимости от их ведомственной принадлежности и форм собственности является оценка системы управления отходами и их соответствие требованиям действующей нормативноправовой и технологической документации на территории Российской Федерации. При реконструкции, модернизации, техническом перевооружении и ликвидации предприятия на стадии проектных решений осуществляется разработка проекта оценки воздействия на окружающую среду и проекта охраны окружающей среды для технико-экономического обоснования и проектной документации. Конечным результатом проведения экологического аудита на промышленном предприятии является аудиторское заключение о состоянии природоохранной (экологической) деятельности на предприятии.

В качестве примера. После приобретения предприятия фармацевтической промышленности новый собственник решил оценить экологические риски, возникающие в процессе работы. Для этого была привлечена компания «Профессиональные аудиторские консультации», имеющая подразделение экологического аудита. В процессе экологического аудита была изучена природоохранная документация предприятия и проведен натурный осмотр предприятия и прилегающей территории. Выяснилось, что на предприятии имеется неполный комплект разрешительной природоохранной документации. Имелось только

разрешение на размещение отходов, при этом отсутствовали разрешения на выбросы и сбросы. Не были должным образом оборудованы места накопления и временного хранения отходов, не функционировали очистные сооружения ливневого стока, а сброс воды осуществлялся по аварийной ветке. По результатам экологического аудита была составлена программа природоохранных работ предприятия на 1 год и на 5 лет. Проведенные на основе данной программы работы позволили уже через полгода шестикратно снизить экологические платежи предприятия.

Техническое задание

Разработать маркетинговые мероприятия по продвижению на рынок новой услуги компании - экологического аудита.

Описание работы бизнес-консультантов

1. Разработать основной текст рекламного сообщения, включающий экономический эффект проведения экологического аудита
2. Определить средства рекламы для продвижения новой услуги
3. Разработать комплекс PR-мероприятий по продвижения новой услуги - экологического аудита
4. Предложить нестандартные мероприятия по продвижению

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении

Оценка	Критерии оценивания
	<p>понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.</p>

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции

ОПК 2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Вопросы к зачету с оценкой,:

1. Сущность управленческого консалтинга и его признаки.
2. Место управленческого консалтинга в системе деловых услуг.
3. Субъекты и объекты консультационного процесса.
4. Особенности консультационной услуги.
5. Мотивация спроса на консалтинговые услуги.
6. Общепринятые принципы консультирования.
7. Классификация консультационных услуг.
8. Сущность экспертного консультирования.
9. Сущность проектного консультирования.
10. Особенности консультирования по процессу.
11. Обучающее консультирование.
12. Инфраструктура консалтингового бизнеса.
13. Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению (ФЕАКО): цели и принципы функционирования.
14. Американская ассоциация фирм по управленческому консультированию

- (АКМЕ): цели и принципы функционирования.
15. Инфраструктура консалтингового бизнеса в России.
 16. Ассоциация консультантов по экономике и управлению (АКЭУ),
 17. Ассоциация консультантов по управлению и организационному развитию
 18. (АКУОР): цели и принципы функционирования.
 19. Требования, предъявляемые к профессиональной компетенции консультанта.
 20. 18. Перечень требований, предъявляемый к консультанту, разработанный МОТ.
 21. 19. Поведенческие аспекты консультирования.
 22. 20. Процедура выбора клиентом консультанта.
 23. 21. Роли консультанта в консалтинговом процессе.
 24. 22. Консультационные методы при экспертном консультировании.
 25. . Консультационные методы при процессном консультировании.
 26. Классификация консультационных методов по техническим и человеческим критериям.
 27. Основные принципы маркетинга консультационных услуг.
 28. Приёмы консалтинговой фирмы для создания профессиональной репутации.
 29. Особенности маркетинга консультационных услуг в России.
 30. Предконтрактная стадия процесса консультирования.
 31. Контрактная стадия процесса консультирования.
 32. Послеконтрактная стадия процесса консультирования.
 33. Послепродажное обслуживание результата применения интеллектуального продукта.
 34. Формирование стратегии развития консультационной фирмы.
 35. Деловая активность консалтинговой фирмы.
 36. Факторы эффективности работы консалтинговой фирмы.
 37. Стандарты качества предоставляемых услуг.
 38. Ориентиры эффективной деятельности консалтинговой фирмы.
 39. Особенности развития отрасли консалтинга в России.
 40. Классификация консультационных фирм, практикующих в России.
 41. Проблемы развития рынка консультационных услуг в экономике России.
 42. Специфика деятельности российских консалтинговых фирм

Критерии и шкала оценивания компетенций ЕСЛИ ЭКЗАМЕН ИЛИ ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-

следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается в процессе выполнения студентами СРС и активности на занятиях

Промежуточный контроль проводится в виде тестирования

Итоговый рейтинг определяется средневзвешенный балл за все виды работ

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Маркетинговые исследования: учеб. для бакалавров/ А. В. Коротков
2. Электронная книга Коротков, А. В.. Москва: Юрайт, 2019
3. Маркетинговые исследования: учеб. для вузов/ О. М. Игрунова, Е. В. Манакова, Я. Г. Прима. Санкт-Петербург; Москва; Екатеринбург: Питер, 2017 221
4. Маркетинговые исследования: учеб. для бакалавров/ А. В. Коротков
5. Коротков, А. В.. М.: Юрайт, 2012 591б.: а-ил. Language: Undetermined, База данных: Каталог НБ БФУ им. И. Канта
6. В.А. Гончарук. Маркетинговое консультирование. М.: Изд-во «Дело», 2010 г

7. Управленческое консультирование: путеводитель по профессии: пер. с англ. В 2-х т. Изд. 2-е, перераб. / Под ред. М.Кубра. М.: Интерэксперт, 2009г.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Бутова Т.В. Управленческий консалтинг: Учебно-практическое пособие. – М.: ТЕИС, 2007. – 495 с.
2. Калверт М. Консалтинг менеджмента, или как улучшить свой бизнес. ФАИР-ПРЕСС.- 2009.- 280с.
3. Котляревский Ю.Л. Управленческое консультирование в России / Ю. Л. Котляревский. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 347 с.

7.4. Для самостоятельной работы

1. Иванов М.С., Фербер М.В. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2003. – 140 с.
2. Калянов, Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационноуправляющей системе.- М.: Горячая линия-Телеком, 2004.
3. Кашкорова, С. П. Консалтинг и малый бизнес в Ульяновской области.: - Ульяновск: УлГТУ, 2001.
4. Керовков В.В., Керовков Д.В. Практикум по маркетингу: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2005. – 416 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг 21 века: пер. с англ. - СПб.: Нева, 2005. - 425 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создать, завоевать и удержать рынок: пер. с англ. - 2-е изд., испр. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 294 с.
7. Маринко, Г. И. Управленческий консалтинг.: учеб. пособие для вузов . - М.: ИнфраМ, 2005.
8. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: Учебник для бизнесшкол. – М.: Норма, 2005. – 384 с.
9. . Уикхем, Ф. Консалтинг в управлении проектами: пер. 2-го англ. изд.– М.: Дело и Сервис, 2006.- 368с. – доп. тит. л. англ

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

1. Полпред Справочник» (обзор прессы, полные тексты главных сообщений ведущих информационных агентств, аналитические статьи экономических экспертов) – www.polpred.com
2. «УИС Россия» (коллективная научная информационная база по социальным и гуманитарным исследованиям) – www.uisrussia.msu.ru
3. «eLibrary.ru: научная электронная библиотека» (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования) – www.elibrary.ru
4. «Электронная библиотека диссертаций РГБ» (содержит более 580 000 полных текстов диссертаций и авторефератов) – www.rgb.ru9.
- 5.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебная дисциплина «Маркетинговое консультирование» занимает одно из важных мест в учебном плане специальности «Маркетинг». Основная задача учебного курса «Маркетинговое консультирование» заключается в получении знаний, умений и навыков студентами в области консультирования. Это предполагает воспитание и развитие у будущих маркетологов творческого подхода к работе, получение знаний в области возможностей и ограничения консультирования как вида профессиональной деятельности, формы помощи организации-заказчика и методов совершенствования управления маркетингом на предприятии. Учебный курс не только формирует научное представление о консультационной деятельности, но и содержит практические рекомендации по ее методологическому обеспечению, организации и планированию. Преподавание курса «Маркетинговое консультирование» имеет цель развить у студентов следующие навыки: - навыки и умения проведения практического исследования, анализа проблемных ситуаций, разработки предложений и рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности; - навыки руководства проектом, позволяющие выполнить проект для клиента в срок и в пределах бюджета; - навыки построения таких взаимоотношений между клиентской и консультационной организациями (консультантом), которые позволят «продавать» идеи, способствующие развитию организации клиента. Владение такими навыками не ограничивается только маркетинговым консультированием, эти навыки важны для маркетинга в целом. Развитые навыки пригодятся студентам, какое бы направление маркетинга они не выбрали. Логика построения курса предполагает предварительное рассмотрение ключевых категорий, связанных с пониманием развития, роли, значения и методологии исследовательской деятельности в консультировании. Дается оценка и перспективы развития рынка консалтинговых услуг. Рассматриваются этапы процесса консультирования, формы консультирования, партнерские отношения «консультант-клиент». В курсе подробно рассматриваются особенности маркетингового консультирования и основные проекты маркетингового консультирования: маркетинговый аудит, маркетинговое планирование, консультирование по вопросам выстраивания оптимальной структуры и системы управления сбытом, маркетинговые исследования. Активные формы занятий предполагают проведение семинаров, деловых игр, организацию актуальных тематических дискуссий.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова
« 09 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Маркетинговые исследования»
Шифр: 38.03.02**

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинговые исследования».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий Ошибка! Закладка не определена.	
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	14
6.3.1 Тестовые задания.....	14
6.3.2 Задачи.....	17
6.3.3 Темы курсовых работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.4 Решение кейсов.....	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	23
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	26
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
7.1. Основная учебная литература.....	27
7.2. Дополнительная учебная литература.....	27
7.3. Нормативные документы.....	27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	28
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	36
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	36

Наименование дисциплины (модуля)**«Маркетинговые исследования»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент» профиль Маркетинг**

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые исследования» является формирование знаний, умений и навыков разработки, планирования и проведения маркетингового исследования.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: – теоретические основы планирования и проведения маркетингового исследования; – методы диагностики управленческих проблем, формулировки задач маркетингового исследования; – методы сбора информации; – методы подготовки информации к анализу; – методы анализа маркетинговой информации;	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: -разрабатывать техническое задание на проведение маркетингового исследования; - осуществлять подготовку и реализацию проекта маркетингового исследования на практике; - уметь осуществлять сбор, обработку и анализ информации для решения задачи маркетингового исследования		
Владеть: - навыками разработки технического задания на проведение маркетингового исследования; -навыками проведения полевого и кабинетного маркетингового исследования. - навыками сбора, подготовки и анализа информации.		

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы планирования и проведения маркетингового исследования; – методы сбора первичной информации; – принципы и научные подходы к разработке форм сбора информации; – научные основы проведения выборочных маркетинговых исследований; – методы подготовки и анализа информации, разработки практических рекомендаций. 	ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать ТЗ на проведение маркетингового исследования; - разрабатывать шкалы, анкету, другие формы сбора первичной информации в рамках маркетингового исследования; - проводить сбор, подготовку и анализ информации; - разрабатывать отчет по итогам проведения маркетингового исследования. 		
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки технического задания на проведение маркетингового исследования; -навыками проведения полевого и кабинетного маркетингового исследования; - навыками подготовки и анализа данных, собранных в ходе маркетингового исследования. 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Маркетинговые исследования» представляет собой дисциплину основной части профессионального цикла (Б1.О.13) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
-------------	---------------------------	-------------------	------------------------

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Теория вероятностей и математическая статистика Математика Статистика	Маркетинг овые исследования	Маркетинг Финансовый менеджмент Маркетинговый анализ Бухгалтерский учет Поведение потребителей Маркетинговое консультирование Экономическая безопасность Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ПК-1	-	Маркетинговые исследования	Маркетинговый анализ Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	10
Индивидуальная контактная работа	0,35
Часов аудиторных занятий, всего	64,35
Самостоятельная работа	33,65
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
1. Теоретические основы планирования маркетингового исследования.	26	8	4	8	4	2		
2. Качественные и количественные методы сбора информации.	26	8	4	8	4	2		
3. Разработка анкеты и проведение выборочного исследования	26	8	4	8	4	2		
4. Полевые работы, подготовка и анализ данных.	29	8	4	8	5	4		
Итого	108	32	16	32	17	10	0,35	0,65
Контактная работа	74,35	32		32		10	0,35	
Самостоятельная работа	33,65		16		17			0,65
Промежуточная аттестация	экзамен, курсовая работа							

Содержание основных разделов и тем курса

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Теоретические основы планирования маркетингового исследования.	Понятие и функции маркетингового исследования. Виды исследований. Поисковое и итоговое исследование. Этапы маркетингового исследования. Формулировка проблемы маркетингового исследования. Определение подхода к решению проблемы: формулировка рабочих гипотез, поисковых вопросов, определение теоретической модели исследования.
2	Качественные и количественные методы сбора информации.	Качественное маркетинговое исследование и его характеристика. Метод фокус-группы: сущность, этапы планирования. Метод глубинного интервью. Проекционные методы. Опрос как метод сбора информации: сущность, виды, область применения. Наблюдение: сущность, виды, область применения. Эксперимент как метод сбора информации в казуальном исследовании: сущность, виды моделей экспериментов, внутренняя и внешняя достоверность эксперимента.
3	Разработка анкеты и проведение выборочного исследования.	Основные понятия выборочного исследования. Этапы формирования выборочного исследования. Методы формирования выборки: вероятностные и детерминированные методы. Алгоритмы формирования выборок. Расчет объема выборки.
4	Полевые работы, подготовка и анализ данных.	Полевые работы: этапы, методы, инструктаж. Процесс полевых работ: понятие и содержание. Особенности контроля полевого персонала. Основные принципы сбора данных. Основные ошибки, возникающие при сборе данных: систематические и несистематические. Методы снижения ошибок. Подготовка данных к анализу: кодирование данных, статистическая корректировка данных. Анализ данных: методы и область их применения. Проверка рабочих гипотез. Одномерные и многомерные методы анализа, включая нейронные сети: понятия, классификация методов, область применения.

2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Теоретические основы планирования	Типы итоговых и поисковых маркетинговых исследований. Метод логико-смыслового моделирования проблемы маркетингового исследования.

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	маркетингового исследования.	Разработка ТЗ на проведение маркетингового исследования.
2	Качественные и количественные методы сбора информации.	Разработка сценария фокус-группы. Проекционные методы как методы качественных маркетинговых исследований. Проекционные методики. Опрос как метод сбора информации: сущность, виды, область применения. Классификация методов опроса. Достоинства и недостатки методов опроса. Область применения. Метод личного наблюдения: особенности применения, достоинства и недостатки. Метод наблюдения с использованием технических средств. Контент-анализ как метод наблюдения. Аудит как метод наблюдения. Разработка формы для регистрации наблюдений.
3	Разработка анкеты и проведение выборочного исследования.	Разработка анкеты: правила и приемы. Шкалирование и измерение в маркетинговых исследованиях: типы шкал, методы шкалирования. Разработка плана выборочного исследования. Расчет объема выборки. Расчет случайной ошибки выборки. Методы сокращения систематической ошибки.
4	Полевые работы, подготовка и анализ данных.	План проведения полевых работ. Методы подготовки полевого персонала. Методы контроля за работой полевого персонала. Кодировка анкет: общие правила. Особенности кодировки анкет в программе SPSS. Редактирование анкет. Проведение базового (предварительного анализа) данных. Расчет основных статистик. Алгоритм проверки гипотез на установление связи между двумя переменными. Проверка гипотез на наличие различий между переменными. Метод нейронных сетей: алгоритм реализации.

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	Тематика самостоятельных работ
1.	Теоретические основы планирования маркетингового исследования.	<ol style="list-style-type: none"> 1. На примере конкретного предприятия проведите поисковое маркетинговое исследование, выявите возможные проблемы маркетингового исследования. Разграничьте управленческие проблемы и проблемы маркетингового исследования. 2. С помощью метода логико-смыслового моделирования проблем нарисуйте граф проблем и сформулируйте проблему маркетингового исследования.

№ n/n	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>Проранжируйте проблемы, выделите главную.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Разработайте модель проблемы маркетингового исследования. Выделите компоненты проблемы, сформулируйте поисковые вопросы, гипотезы. 4. Разработайте ТЗ на проведение маркетингового исследования (первую часть). Подробно распишите цель и задачи исследования. Определите тип исследования, сформулируйте гипотезы.
2	Качественные и количественные методы сбора информации.	<ol style="list-style-type: none"> 1. На примере конкретного предприятия выделить проблему качественного маркетингового исследования и разработать сценарий фокус-группы для ее решения. 2. Проекционные методики: обзор и подробный алгоритм применения. Проблемы анализа данных при применении данных методов. 3. Методы опроса: виды, область применения, сравнительный анализ методов опроса. Достоинства и недостатки. 4. Личное наблюдение: сущность, области применения. 5. Метод наблюдения с использованием технических средств. 6. Контент-анализ как метод наблюдения: сущность, особенности применения. 7. Аудит как метод наблюдения. 8. Разработка формы проведения наблюдения (на примере конкретного исследования)
3	Выборочное исследование.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анкетирование как инструмент сбора первичной информации: правила разработки и тестирования. 2. Разработка анкеты (на примере конкретного исследования). 3. Шкалы: виды, проблемы разработки детализированных рейтинговых шкал. 4. Оценка правильности и устойчивости шкалы. Решение задач. 5. Разработка плана выборочного исследования (на примере темы курсовой работы). 6. Формирование простой случайной, систематической, стратифицированной, кластерной выборки.
4	Полевые работы, подготовка и анализ данных.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка кодировочной книги для кодировки анкеты. 2. Проведение полевого исследования (сбор данных для малой выборки). 3. Кодировка анкеты (на примере своей анкеты). 4. Предварительный анализ данных (на примере анкет собранных в ходе полевого исследования). Расчет основных статистик. 5. Проверка гипотез, разработка выводов по предварительному анализу данных.

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	Тематика самостоятельных работ
		б. Разработка плана анализ данных: подбор методов анализа к решению задач маркетингового исследования.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
1. Теоретические основы планирования маркетингового исследования.	ОПК-2 ПК-1	тестирование		письменно
2. Качественные и количественные методы сбора информации.	ОПК-2 ПК-1	тестирование		письменно
3. Разработка анкеты и проведение выборочного исследования	ОПК-2 ПК-1	решение задач		письменно
4. Полевые работы, подготовка и анализ данных.	ОПК-2 ПК-1	Решение задач		письменно
	ОПК-2 ПК-1		Экзамен, курсовая работа	Устно/письменно письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК -2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание теоретических основ сбора, обработки и анализа данных в рамках проведения маркетингового исследования	1-4, курсовая работа
2	владение навыками сбора, обработки и анализа данных в рамках проведения маркетингового исследования	1-4, курсовая работа

Код компетенции	ПК-1 Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем

		(раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание методологии разработки и проведения маркетингового исследования	1-4, курсовая работа
2	владение методами, подходами и научными приемами проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	1-4, курсовая работа

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровнем самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
владение навыками сбора, обработки и анализа данных в рамках проведения маркетингового исследования	Знание понятийного аппарата, этапов проведения разработки и проведения маркетингового исследования	Знание методологии сбора, обработки и анализа данных	владение навыками сбора, обработки и анализа данных	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, экзамен,

				курсовая работа
--	--	--	--	-----------------

Код компетенции	ПК-1 Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
владение технологией проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знание понятийного аппарата, этапов проведения разработки и проведения маркетингового исследования	Знание методологии маркетингового исследования	Умение проводить маркетинговые исследования на практике	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, экзамен, курсовая работа

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать

по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	следует оценивать положительно, но на низком уровне	стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

1. Какая основная цель маркетинговых исследований?
 - привлечение новых клиентов и партнеров
 - обмануть потребителей
 - обеспечение необходимой информацией лиц, принимающих управленческие решения в организации
 - повышение имиджа и репутации предприятия
 - обогнать конкурентов
 - Изучение рынка товаров и услуг

2. Мероприятия, связанные с планированием всех элементов процесса: целей, задач, субъектов и объектов исследования, методов сбора данных – это фаза
.....
 - реализации маркетингового исследования
 - подготовки маркетингового исследования
 - описания маркетингового исследования
 - рассмотрения маркетингового исследования

3. Какие элементы процесса определения проблемы по Н. Малхотра помогают получить информацию о факторах внешней среды, которые порождают проблему?
 - обсуждения с лицами, принимающими решения
 - интервью с экспертами
 - анализ вторичной информации
 - поисковые вопросы
 - качественные исследования
 - количественные исследования

4. Что такое управленческая проблема?
 - Ситуация, требующая принятия управленческих решений.
 - Ситуация, в которой невозможно принять эффективное управленческое решение.
 - Ситуация, возникающая после принятия неэффективного управленческого решения.
 - Ситуация, возникающая при кризисе.

5. Какой вид проекта исследования выбирается в ситуации, когда необходимо углубить представление об управленческой проблеме?
 - поисковый
 - описательный
 - казуальный
 - причинно-следственный
 - описательный

6. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
- собрать информацию о вне рыночных организациях;
- собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования.
- собрать информацию для выявления причинно-следственных связей между некоторыми явлениями или событиями
- собрать информацию для описания потребителей

Тема 2. Качественные и количественные методы сбора информации.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

1. Сбор первичных данных, направленных на выяснение знаний, взглядов, предпочтений потребителей и особенностей покупательского поведения - ...
 - опрос
 - эксперимент
 - наблюдение
 - фокус-группа
 - глубинное интервью
2. Перечислите метод сбора информации, который используются в причинно-следственном исследовании?
 - опрос
 - эксперимент
 - наблюдение
 - фокус-группа
 - глубинное интервью
3. К какому виду опроса относится глубинное интервью?
 - стандартизированный открытый
 - нестандартизированный открытый
 - стандартизированный закрытый
 - нестандартизированный закрытый
4. Наблюдение как метод исследования используется для получения информации.
 - объясняющей причинно-следственные связи
 - относительно чувств и отношений покупателей
 - о мотивах поведения потребителей
 - о событиях, происходящих в течение длительного времени

- которую люди не хотят или не в состоянии предоставить
5. Какие задачи позволяет решать метод фокус-группы?
- Прогнозирование спроса на товара
 - Получение предварительной реакции потребителей на маркетинговые программы
 - Получение мнений по поводу цены
 - Получение информации, полезной в создании анкет для опросов потребителей
 - Оценка эффективности рекламной кампании
 - Разработка подхода к решению проблемы маркетингового исследования

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 3. Разработка анкеты и плана **выборочного исследования**.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Задание 1. Производитель хочет провести маркетинговое исследование, чтобы определить потенциальный спрос на новый кран грузоподъемностью до 60 тонн и вылетом стрелы до 35 метров. Цена крана 200 000 евро. Он применяется на предприятиях судоремонта и судостроения РФ. Определите план выборочного исследования. Рассчитайте объем выборки.

Задание 2. Разработайте план выборочного исследования. Чтобы оценить эффективность рекламной кампании новой кредитной программы, предназначенной для предприятий малого бизнеса Калининградской области, руководство банка хотело бы

знать какой процент целевых клиентов знает о программе. Пожеланием руководства является 99% доверительный интервал и размер ошибки не превышающий 2%.

Задание 3. Задачей маркетингового исследования является оценка средней суммы ежемесячных расходов на продукты питания жителей Калининградской области. Запланирован телефонный опрос домохозяйств. Разработайте план выборочного исследования.

Тема 4. Полевые работы, подготовка и анализ данных.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Задание 1. Целью маркетингового исследования было определение доли фирм на рынке, которые используют агентство кадров при подборе новых сотрудников. При планировании исследования было определено, что главной стратификационной переменной, влияющей на использование агентства кадров при найме сотрудников была величина фирмы, поэтому была проведена стратифицированная выборка. Структура выборки и структура генеральной совокупности представлена в таблице 1.

Таблица - Структура выборки и структура генеральной совокупности

Тип предприятия	Структура генеральной совокупности	Структура выборки
Малые предприятия	80%	60%
Крупные предприятия	20%	40%

В результате полевых работ было опрошено 200 фирм. Результаты анализа данных сведены в таблицу 2.

Таблица 2 – Исходные данные

Тип предприятия	Число опрошенных предприятий	Количество предприятий, использующих агентство кадров
Малые предприятия	200	85
Крупные предприятия	200	150
Итого	400	235

Определите долю предприятий на рынке, которые используют кадровое агентство при подборе кадров. Так как структура выборки оказалась отличной от структуры генеральной совокупности, скорректируйте полученный результат с помощью процедуры взвешивания.

Задание 2. Проверьте гипотезу. Одной из рабочих гипотез проводимого маркетингового исследования была гипотеза о существовании статистически значимой связи между предпочтением определенной марки сигарет и уровнем дохода респондентов. Исследователю необходимо проверить гипотезу о наличии статистически значимой связи между уровнем дохода и приверженностью к определенной марке сигарет. В процессе исследования были получены следующие данные, которые сведены в таблицу.

	Покупатели марки сигарет "А"	Непокупатели марки сигарет "А"	Всего (чел.)
Покупатели с высоким уровнем дохода	200	80	280
Покупатели с низким уровнем дохода	20	100	120
Всего (чел.)	220	180	400

Задание 3. Проверьте рабочую гипотезу маркетингового исследования: привлекательность торговой марки "Макдональдс" в летний и зимний сезоны разная. Привлекательность торговой марки была измерена с помощью интервальной 7-балльной шкалы. Результаты проведенного маркетингового исследования сведены в следующую таблицу. Примите уровень значимости равным 0,05.

Привлекательность торговой марки

№ респондента	Привлекательность торговой марки зимой	Привлекательность торговой марки летом
1	3	6
2	4	7
3	3	5
4	4	4
5	5	7
6	2	5
7	4	6

8	4	7
9	5	5
10	2	3
11	3	4

Задание 4. Запишите и проверьте гипотезу: Средняя частота покупок модной одежды в сезон выше в группе респондентов с высокими доходами. Объем выборки респондентов с высоким доходом (группа №1) составил 100 человек, объем выборки респондентов со средним доходом (группа №2) составил 110 человек. В процессе исследования определены:

- выборочные средние (средняя частота покупок), которые составили для группы №1 - 6,3; для группы №2 - 4,9;
- выборочные дисперсии, которые составили для группы №1 - 3,2; для группы №2 - 1,9.

Задание 5. Сеть магазинов (10 магазинов) организовала распродажу холодильников. Количество проданных холодильников в выборке из десяти магазинов было таким: 80, 110, 0, 40, 70, 80, 100, 50, 80, 30.

А) Очевидно ли, что в среднем продано свыше 50 холодильников одним магазином в течении этой распродажи? Используйте $\alpha=0,05$.

Б) Какое допущение необходимо сделать для этой проверки?

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**»-выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена.

Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3. Темы курсовых работ

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

1. Маркетинговое исследование психографического профиля потребителей.
2. Маркетинговое исследование системы ценностей потребителей.
3. Маркетинговое исследование поведения потребителей при покупке и после нее.
4. Маркетинговое исследование уровня удовлетворения запросов потребителей (ожиданий потребителей).
5. Маркетинговое исследование удовлетворенности клиентов.
6. Маркетинговое исследование принятия решений о покупке, определение структуры закупочного центра.
7. Маркетинговое исследование мотивации потребителей.
8. Маркетинговое исследование отношения потребителей к определенной марке товара.
9. Маркетинговое исследование лояльности потребителей.
10. Маркетинговое исследование имиджа фирмы.
11. Маркетинговое исследование внутренней среды предприятия (на примере конкретного предприятия).
12. Маркетинговое исследование конкурентов на рынке (на примере конкретного рынка).
13. Маркетинговое исследование по определению емкости рынка и рыночной доли предприятия (на примере конкретного предприятия).
14. Прогнозирование спроса (на примере конкретного предприятия).
15. Прогнозирование доли рынка (на примере конкретного предприятия).
16. Организация маркетингового исследования сбытовой сети фирмы.
17. Маркетинговое исследование для обоснования ценовой политики предприятия.
18. Маркетинговое исследование конъюнктуры рынка.
19. Маркетинговые исследования внешней среды предприятия.
20. Исследование жизненного цикла товара (услуги).
21. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товара на рынке.
22. Маркетинговые исследования конкурентоспособности фирмы.
23. Маркетинговое исследование для обоснования рекламной кампании.
24. Маркетинговое исследование эффективности рекламной кампании.
25. Сегментация потребителей (на примере конкретного рынка).
26. Сегментация предприятий-конкурентов на рынке (на примере конкретного рынка).
27. Маркетинговое исследование с целью позиционирования товара.
28. Маркетинговое исследование с целью разработки нового товара.
29. Маркетинговое исследование по разработке и тестированию упаковки товара.
30. Маркетинговое исследование по разработке творческой концепции рекламы.
31. Маркетинговое исследование с целью определения направлений совершенствования товара.
32. Маркетинговые исследования эластичности спроса по цене на рынке товаров (услуг).
33. Разработка и проведение разведочного (поискового) маркетингового исследования (на примере конкретного предприятия).

Дескрипторы для поэлементного оценивания курсовой работы

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании курсовой работы

Критерии	Показатели
Новизна текста курсовой работы	<ul style="list-style-type: none">- актуальность проблемы и темы;- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений и расчетов.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none">- соответствие плана теме курсовой работы;- соответствие содержания теме и плану курсовой работы;- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;- обоснованность способов и методов работы с материалом;- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения, расчеты и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none">- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none">- правильное оформление ссылок на используемую литературу;- грамотность и культура изложения;- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;- соблюдение требований к объему курсовой работы;- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none">- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;- литературный стиль.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если в работе представлен полный количественный и качественный анализ предмета исследования, на основе проведенного анализа студентом разработаны направления совершенствования маркетинговой деятельности. Изложение

текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал высокий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют ошибки в расчетах, выводы построены на глубоком и научном анализе предмета исследования.

ХОРОШО ставится в случае, если в работе представлен количественный и качественный анализ предмета исследования. Изложение текста хорошо структурировано, логично изложено. Студент показал хороший уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы построены на научном анализе предмета исследования, но применялись в основном качественные (экспертные) методы анализа данных, работа может содержать некоторые неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе представлен слабый количественный анализ предмета исследования. Изложение текста удовлетворительно структурировано, не совсем логично изложено. Студент показал удовлетворительный уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Отсутствуют грубые ошибки в расчетах, но выводы построены в большей мере на качественных (экспертных) методах анализа данных, работа содержит неточности, ошибки, исправленные после проверки преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если в работе не представлен количественный анализ предмета исследования. Изложение текста слабо структурировано, нелогично изложено. Студент показал низкий уровень использования специальных количественных маркетинговых методов анализа рынка и маркетинговой деятельности. Курсовая работа оформлена в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Присутствуют грубые ошибки в расчетах, выводы не подкреплены научным анализом предмета исследования либо студент отклонился от темы.

6.3.4. Не предусмотрено планом

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Вопросы к экзамену:

1. Маркетинговые исследования: понятие, роль и основные направления. Этапы процесса маркетингового исследования.
2. Определение проблемы маркетингового исследования и подхода к проведению исследования. Этапы процесса определения проблемы.
3. Метод логико-смыслового моделирования проблемы маркетингового исследования: сущность, преимущества и недостатки.
4. Основные типы маркетинговых исследований: сущность, применение, используемые методы сбора информации.
5. Информация в маркетинговом исследовании. Первичные и вторичные источники информации, их достоинства и недостатки. Методы сбора информации.
6. Метод фокус-группы и глубинного интервью в маркетинговом исследовании: сущность, виды, область применения, этапы планирования и проведения. Преимущества и недостатки метода фокус-группы.
7. Проекционные методы сбора маркетинговой информации: сущность, разновидности, область применения, достоинства и недостатки.
8. Метод наблюдения в маркетинговом исследовании: сущность, разновидности, область применения, этапы проведения, достоинства и недостатки.
9. Метод опроса в маркетинговом исследовании: область применения, сущность, виды опросов.
10. Сравнительная характеристика методов опроса по критериям сравнения.
11. Разработка анкеты в маркетинговом исследовании: этапы и правила.
12. Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях: понятие, разновидности, направления применения, достоинства и недостатки. Порядок разработки и проведения экспертных опросов. Расчет степени согласованности экспертов.
13. Метод "Дельфи" и метод мозговой атаки. Сущность и этапы проведения, область применения, достоинства и недостатки методов.
14. Измерение и шкалирование в маркетинговом исследовании. Основные типы шкал. Проблемы разработки детализированных рейтинговых шкал.
15. Методы сравнительного шкалирования: сущность, разновидности.
16. Методы несравнительного шкалирования: сущность, разновидности.
17. Оценка правильности, устойчивости и обоснованности измерения.
18. Выборочное исследование. Основные понятия. Этапы разработки выборочного плана.
19. Детерминированные методы выборки: сущность, проблемы применения.
20. Определение объема выборки.
21. Обзор вероятностных методов выборки. Простая случайная и систематическая выборки: сущность, преимущества и недостатки.

22. Стратифицированная выборка: сущность, преимущества и недостатки.
23. Кластерная выборка: разновидности и их сущность, преимущества и недостатки. Процедура формирования кластерной выборки.
24. Поведение полевых работ. Этапы процесса. Методы контроля за работой полевого персонала.
25. Этапы процесса подготовки данных к анализу.
26. Кодирование структурированных и неструктурированных вопросов.
27. Сущность этапа "очистки данных". Методы работы с пропущенными переменными.
28. Статистическая корректировка данных: цель, сущность, методы.
29. Классификация методов анализа данных. Одномерный и многомерный статистический анализ: сущность основных методов.
30. Предварительный (базовый) анализ данных его цель и составляющие анализа.
31. Общая схема проверки гипотез. Выбор метода проверки гипотез

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Экзамен может также проводиться в форме тестирования в электронной среде. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1.

По результатам защиты курсовой работы выставляются оценки отлично, хорошо, удовлетворительно и неудовлетворительно. Тематика курсовых работ и критерии оценивания представлены в разделе 6.3.3.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием пятибалльной системы оценивания, дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. В течение всего семестра проводится: аудиторный контроль, внеаудиторный контроль, рубежный контроль, итоговый контроль.

Аудиторный контроль включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторный контроль включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку конспекта по новой теме, разработку творческих заданий, написание эссе по книге и пр.

Рубежный контроль проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, решение задач по данной теме, выполнение творческих заданий.

Итоговый контроль представляет собой промежуточный контроль по дисциплине.

Курсовая работа оценивается также по пятибалльной системе. Подготовка курсовой работы осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на зачетном занятии в конце семестра. При оценке курсовой работы оценивается ее содержание, полнота раскрытия темы, глубина количественного и качественного анализа рынка и предприятия.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность ответа по сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль осуществляется в БРС или ЛМС-3 системе.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Маркетинговые исследования: учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153131> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Коновалова, О. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / О. В. Коновалова. — Кемерово :КемГУ, 2013. — 102 с. — ISBN 978-5-89289-752-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/45627> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Черных, В. В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта : учебное пособие / В. В. Черных. — Санкт-Петербург: Лань, 2018. — 120 с. — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103084> (дата обращения: 10.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования. Постановка проблемы. Методы сбора информации. Обработка и анализ данных. Маркетинговые решения [Текст] / Г. А. Черчилль; Пер. с англ. Н. Амид, С. Бородиной, Н. Габенова и др., 2001, 2002. - 748 с.
2. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования [Текст] : практ. руководство : пер. с англ. / Н. К. Малхотра, 2002. - 957 с.
3. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько, 2018. - 1 on-line, 521 с.
4. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.
5. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев, 2019. - 1 on-line, 315 с.
6. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. А. Казакова, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.
7. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с.
8. Лифиц И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для приклад. бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева, 2019. - 1 on-line, 405 с.
9. Мамонтов С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с.

7.4. Нормативные документы

1. ФЗ «О защите прав потребителей».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБСКантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Указания к выполнению курсовой работы

Курсовая работа представляет собой самостоятельно разработанное маркетинговое исследование.

При желании студента и при наличии объективных обоснований закрепление темы курсовой работы может производиться руководителем в индивидуальном порядке.

Курсовая работа является одним из видов научной работы и традиционно содержит следующие основные части: введение, методологическую (теоретическую) часть, практическую часть, заключение, библиографический список, приложения.

Общий объем курсовой работы составляет 40-50 машинописных страниц формата А4 (без учета приложений). Объем приложений не ограничивается.

Курсовая работа обычно состоит из введения, двух-трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы машинописного или компьютерного текста – 40-50 страниц. Объем приложений не ограничен.

Рассмотрим части курсовой работы:

Титульный лист . Титульный лист не нумеруется.

Содержание. Содержание содержит перечень заголовков глав, параграфов работы (без сокращений, в той же последовательности и соподчиненности) с указанием страниц.

Введение. Во введении должна быть раскрыта:

- актуальность темы исследования (до 1 страницы текста);
- цель курсовой работы (например, разработка и проведение маркетингового исследования конкурентоспособности компании на рынке);
- задачи курсовой работы - представляют собой действия, которые планируется совершить для достижения цели; это своеобразные ступеньки,

по которым надо пройти, чтобы достигнуть конечного результата (например, изучить; составить....; проанализировать). Перечень задач соответствует последовательности выделения параграфов в работе.

- объект исследования - это явление, процесс, система на которую направлена исследовательская деятельность. Например, объектом исследования может являться изучаемый рынок или само предприятие и пр.
- предмет исследования – это те стороны (свойства, отношения) объекта исследования, которые непосредственно связаны с изучаемой проблемой и на которых сфокусирован научный поиск исследователя. Например, предметом может выступать конкурентная среда рынка или маркетинговая деятельность компании и пр.
- методы анализа, которые автор применял в процессе исследования предмета, например, метод корреляционно-регрессионного анализа, метод кластерного анализа и пр.
- информационная база исследования. Она, как правило, представляет собой источники внешней и внутренней вторичной информации (бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, информационные сайты и пр.), которые использовались при написании работы в качестве основных источников информации.

Несмотря на то, что введение формально предшествует первой части, как правило, пишется оно в самом конце работы. Объем введения составляет от полутора до трех машинописных листов установленного формата.

Методологическая (теоретическая) часть.

Представляет собой первую главу курсовой работы и посвящена раскрытию теоретических и методологических аспектов предмета исследования. Традиционно содержит три параграфа, сбалансированных по объему (от 5 до 7-8 страниц каждый параграф).

Методологическая (теоретическая) часть курсовой работы должна содержать описание системы категорий, понятийного аппарата, концепций, инструментария (приемов и методик), принципов, используемых в конкретном маркетинговом исследовании. Необходимо подчеркнуть, что содержание теоретической части должно быть напрямую связано с темой курсовой работы и, следовательно, должно содержать теоретические и методологические аспекты конкретной темы курсовой работы. В теоретической части не должно быть простой компиляции отдельных методологических разделов учебного курса "Маркетинговые исследования"!

В теоретической части автор должен выполнить обзор научной литературы по данному предмету исследования, представить разные точки зрения, существующие в науке по изучаемому вопросу.

Одной из главных целей методологической (теоретической) части является четкое определение аналитической модели маркетингового исследования (включающей в себя набор искомых переменных и их взаимосвязей) для последующего формирования проблемы маркетингового исследования, с выделением ее компонент, поисковых вопросов и рабочих гипотез. В первой главе обязательно должны присутствовать сноски на используемые библиографические источники. Оформление сносок выполняем по тексту через квадратные скобки с указанием номера библиографического источника и номера страницы.

Методологическая (теоретическая) часть составляет порядка 40-45% общего объема курсовой работы (без учета приложений).

Практическая часть (вторая глава курсовой работы).

Представляет собой описание объекта и предмета исследования, плана (технического задания) маркетингового исследования, анализ первичной информации, ее

интерпретация, разработку практических рекомендаций по результатам маркетингового исследования.

В практической части курсовой работы должны быть представлены:

2.1. Характеристика (анализ) объекта исследования (чаще всего рынка или предприятия). Такой анализ выполняется на основе обработки вторичной информации (данных Росстата, информационных ресурсов, данных внутренней отчетности компании и пр.). Характеристика объекта исследования должна быть в п.2.1.

2.2. План маркетингового исследования (техническое задание на проведение маркетингового исследования) со всеми необходимыми компонентами (параграф 2.2.):

- формулировка проблемы маркетингового исследования и на ее основе определение цели и задач маркетингового исследования (список задач раскрывает процесс достижения цели, задачи исследования должны быть измеримыми!);
- объект и предмет маркетингового исследования;
- тип маркетингового исследования (поисковое или итоговое)
- методы сбора первичной маркетинговой информации (метод телефонного опроса, фокус-группы и пр.);
- источники вторичной информации, используемые в маркетинговом исследовании;
- план выборки (элемент генеральной совокупности, единицу выборки, метод выборки, расчет объема выборки);
- методы анализа данных и план анализа данных.

Возможный вариант оформления технического задания смотри.

2.3. Обработка и статистический анализ полученных первичных данных и их интерпретация (начиная с базового анализа данных – построения статистических таблиц, расчет обобщающих статистических показателей, проверка статистических гипотез и заканчивая многомерными методами статистического анализа).

Результаты и выводы проведенного маркетингового исследования.

Необходимо помнить, что практическая часть должна представлять собой решение всех задач, выделенных во введении.

Практическая часть курсовой работы составляет порядка 40-45% общего объема (без учета приложений). Допускается разделение практической части на две главы 2 и 3.

Заключение курсовой работы должно раскрывать ее главный смысл. Необходимо помнить, что заключение - это не просто перечень полученных результатов, а их итоговый синтез. Синтез - это последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами. В заключении никаких двояких толкований не допускается.

Объем заключения составляет порядка 10% всей работы (без учета приложений).

Изложение материала должно быть научным, иметь логическую последовательность.

Библиографический список.

Приложения

В приложение выносятся разработанная студентом форма для сбора первичной информации (анкета, сценарий фокус-группы), методика по проведению экспертной оценки (если используется экспертный опрос), другие материалы, не имеющие прямого отношения к раскрытию темы курсовой работы.

Законченная курсовая работа к установленному руководителем сроку должна быть представлена на кафедру для проверки. Работы, выполненные на низком уровне и не соответствующие указанным требованиям возвращаются студенту на доработку.

Курсовые работы, допущенные к защите, защищаются студентом перед руководителем или комиссией из числа преподавателей кафедры, которая организуется до

начала экзаменационной сессии. Без защиты курсовой работы студент не допускается к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (MicrosoftPowerPoint), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.

6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.

- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Программа SPSS

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MSOffice 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинговые коммуникации»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	4
2. Место дисциплины в структуре ООП	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	8
4.2. Тематика практических занятий.....	9
4.3. Тематика самостоятельных работ	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	12
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	14
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	18
6.3.1 Тестовые задания	18
6.3.2 Задачи	20
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	23
6.3.4. Решение кейсов	26
6.3.5. Индивидуальные задания	28
6.3.6 Промежуточный контроль по дисциплине	31
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	34
7.1. Основная учебная литература	34
7.2. Дополнительная учебная литература.....	34
7.3. Нормативные документы	34
7.4. Для самостоятельной работы.....	35
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	35
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	35
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	42

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	42
--	----

Наименование дисциплины (модуля) «Маркетинговые коммуникации»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является формирование у студентов понимания роли и функции продвижения и всех его составляющих как инструментов маркетинга, их значения в деятельности предприятий.

В результате освоения ООП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: методы маркетингового исследования рекламного рынка, эффективности рекламных акций и компаний	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь: проводить мониторинг рекламного рынка и оценивать эффективность рекламных компаний		
Владеть: методами оценки эффективности рекламной деятельности на основе маркетинговых исследований		
Знать: принципы формирования маркетинговых стратегий в рекламной деятельности предприятия.	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: анализировать взаимосвязи функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по разработке рекламной кампании; -осуществлять разработку и реализацию медиапланирования в рекламной кампании в соответствии с маркетинговым планированием предприятия.		
Владеть: умением обобщать зарубежный и отечественный опыт управления рекламной деятельностью предприятия.		

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина «Маркетинговые коммуникации» представляет собой дисциплину части, формируемой участниками образовательных отношений профессионального цикла (Б1.В.07)дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	Менеджмент	Маркетинговые коммуникации	
	Микроэкономика		
	Макроэкономика		
	Финансовый менеджмент		
	Экономическая теория		

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	Маркетинговые коммуникации	Методы разработки и принятия управленческих решений
	Управление брендами		Управление маркетингом
	Разработка товарной политики		Интегрированная логистика
	Поведение потребителей		
	Управление продажами		
	Коммерческая деятельность		

Дисциплина изучается: на ____3____ курсе в ____6____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	24
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	52,25
Самостоятельная работа	91,75
Часов, всего	144
Зачетных единиц, всего	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
1. Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций	9	2	2	2	3	-	-	-
2. Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций	21	3	5	3	10	-	-	-
3. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.	29	4	10	4	10	1	-	-
4. Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.	17	3	5	3	5	1	-	-

5.Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.	17	3	5	3	5	1	-	-
6.Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.Прямоймаркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.	14	3	5	3	3	-	-	-
7.Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.	10	2	3	2	2	1	-	-
8. Методы расчета бюджета	13	2	5	2	4	-	-	-
9. Оценка эффективности коммуникативной деятельности	13	2	5	2	4	-	-	-
Итого	144	24	45	24	46	4	0,25	0,75
Контактная работа		24		24		4	0,25	
Самостоятельная работа			45		46			0,75
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Коммуникации как процесс, общие характеристики коммуникаций. Модели и виды коммуникаций. Маркетинговые коммуникации и их роль в комплексе маркетинга. Классификации маркетинговых коммуникаций. Изменение потребителя и концепция ИМК. Принципы ИМК. Традиционные и интегрированные программы.
2.	Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций	Сущность брендинга. Правовое регулирование в сфере брендинга. Уровни бренда. Классификация брендов. Архитектура брендов. Ребрендинг и репозиционирование бренда. Мониторинг стоимости бренда. Особенности брендинга на российском рынке.
3.	Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.	Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства. Реклама как процесс изменения поведения. Структура рекламного рынка в России и мире. Масштабы рекламы и распределение бюджетов по рекламоносителям. Целеполагание в рекламе: эффективность постановки экономических и коммуникационных целей. Коммуникационные задачи в рекламе. 6 этапов эффективности коммуникаций. Ключевые цели рекламы. Профилирование целевой аудитории. Позиционирование в рекламе как основа содержания рекламы: макро-, мезо- и микропозиционирование.
4.	Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.	Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Сущность стимулирования сбыта. Основные виды BTL услуг: Sales Promotion; Trade Promotion; Direct Marketing; POSM; Event Marketing. Лояльность и программы лояльности.
5.	Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.	Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия. Теоретические взгляды на ПР. Особенности использования технологий ПР в маркетинговых коммуникациях. Программы ПР. Репутация как объект ПР-программ.
6.	Директ-маркетинг как инструмент	Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Директ-маркетинг

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	маркетинговых коммуникаций. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.	и базовые целевые аудитории. Директ-маркетинговые программы и их особенности. CRM как необходимое условие обеспечения качества директ-маркетинговых программ.
7.	Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.	Сущность медиапланирования. Медиаплан и подходы к составлению. Показатели медиаплана. Графики размещения рекламы в СМИ.
8.	Методы расчета бюджета	Бюджет коммуникативной деятельности как совокупность расходов, необходимых для ее осуществления. Количественные методы расчета (определения) бюджета коммуникативной деятельности на основе математических моделей. Методы расчета бюджета в зависимости от оборота (метод расчета бюджета в % к объему сбыта, модели Юла, Видаля-Вольфа, ADBUDG). Методы расчета бюджета в зависимости от рыночных позиций (метод долевого участия на рынке, в зависимости от суммы объемов рекламных бюджетов фирм-конкурентов, метод целей и задач.
9.	Оценка эффективности коммуникативной деятельности	Эффективность рекламы. Оценочные и аналитические способы оценки эффективности. Уровни и виды контроля. Методы оценки рыночной (коммерческой) эффективности: метод целевых альтернатив; на основе статических моделей; на основе динамических моделей с эффектом запаздывания (лага) или опережения (лида), на основе модели М.Видаля и Х.Вольфа; на основе модели диффузии, Ф.Басса; на основе уравнения криволинейной регрессии; метод пробных и контрольных (сопоставимых) рынков. Методы оценки коммуникативной (психологической) эффективности: на основе лабораторных экспериментов; метод измерения запоминаемости рекламы. Причины низкой эффективности. Способы повышения эффективности.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	Знания, умения и навыки специалиста по маркетингу и маркетинговым коммуникациям. Прикладные теории коммуникации, их применение в сфере маркетинговых коммуникаций. Сущность стратегической дифференциации. Методы достижения конкурентных преимуществ с помощью стратегической дифференциации. Поиск отличий по Дж. Трауту.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
2.	Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций.	Выбор сферы деятельности: виртуальная компания, ребрендинг имеющего товара (услуги, компании), реальная компания города. Подготовка исследовательской методики.
3.	Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.	Средства массовой информации как основной канал коммуникации. Интернет как канал коммуникации. Достоинства и недостатки СМИ, Интернета. Форматы рекламы по видам СМИ. Реклама как доминирующий элемент маркетинговых коммуникаций в обработке сознания потребителей. Цветовое разграничение. Brand identity как фундамент эффективного продвижения на рынок. Речевые манипуляции. Слоганы. Стилистика в коммуникациях. Методы исследований аудитории СМИ. Операторы рынка медиаизмерений в России. Структура рынка СМИ в России и Калининградской области. Основные законодательные акты и нормативы в области регулирования видов коммуникационной деятельности. ГОСТ Р52044. Закон РФ «О рекламе».
4.	Разработка программы паблик рилейшнз. Подготовка раздела «паблик рилейшнз» к проекту.	Структура программ. Подходы к разработке программ паблик рилейшнз. Паблисити. Опыт разработки программ в России и за рубежом.
5.	Разработка промо-программы. Подготовка раздела «промо-акции» к проекту.	Разработка программ лояльности клиентов. VTL-акции. Технологии проведения сэмплинга. Требования к промоутеру. Программы лояльности в промо-деятельности.
6.	Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.	Сущность прямого (директ-) маркетинга. Директ-мейл. Правила написания писем клиентам, работа с базами данных. Директ-маркетинг в программах лояльности. Личные продажи и организация взаимоотношений агентов с клиентами.
7.	Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.	Составление медиаплана рекламной кампании
8.	Методы расчета бюджета	Применение количественных методов расчета (определения) бюджета коммуникативной деятельности на основе математических моделей. А также методов расчета бюджета в зависимости от оборота (метод расчета бюджета в % к объему сбыта, модели Юла, Видаля-Вольфа,

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		ADBUDG). Методы расчета бюджета в зависимости от рыночных позиций (метод долевого участия на рынке, в зависимости от суммы объемов рекламных бюджетов фирм-конкурентов, метод целей и задач.
9.	Оценка эффективности коммуникативной деятельности	Применение методов оценки рыночной (коммерческой) эффективности: метод целевых альтернатив; на основе статических моделей; на основе динамических моделей с эффектом запаздывания (лага) или опережения (лида), на основе модели М.Видаля и Х.Вольфа; на основе модели диффузии, Ф.Басса; на основе уравнения криволинейной регрессии; метод пробных и контрольных (сопоставимых) рынков. Применение методов оценки коммуникативной (психологической) эффективности: на основе лабораторных экспериментов; метод измерения запоминаемости рекламы.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	1. История развития маркетинговых коммуникаций; 2. Специфика маркетинговых коммуникаций на российском рынке. 3. Особенности маркетинговых коммуникаций на зарубежных рынках.
2.	Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций	1. Особенности брендинга на российском рынке; 2. Особенности брендинга на зарубежном рынке.
3.	Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.	1. Аутсорсинг рекламы. 2. Организация работы рекламного агентства.
4.	Разработка программы публичных рилейшнз. Подготовка раздела «публичных рилейшнз» к проекту.	Опыт разработки программ в России и за рубежом.
5.	Разработка промо-программы. Подготовка раздела «промо-акции» к проекту.	Разработка программ лояльности клиентов организации.
6.	Директ-маркетинг как	Правила написания писем клиентам, работа с базами

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	инструмент маркетинговых коммуникаций. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.	данных.
7.	Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.	Составление медиаплана рекламной кампании
8.	Методы расчета бюджета	Расчет бюджета рекламной компании
9.	Оценка эффективности коммуникативной деятельности	Расчет показателей эффективности рекламной компании

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы «Интернета»
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Введение в маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	ОПК-1 ОПК-3	тестирование реферат		письменно устно
Тема 2. Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций	ОПК-1 ОПК-3	решение кейсов		письменно устно
Тема 3. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.	ОПК-1 ОПК-3	тест решение кейсов индивидуальное задание		письменно устно
Тема 4. Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.	ОПК-1 ОПК-3	индивидуальное задание		письменно устно
Тема 5. Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.	ОПК-1 ОПК-3	индивидуальное задание		письменно устно
Тема 6. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и	ОПК-1 ОПК-3	индивидуальное задание		письменно устно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
работа торгового агента.				
Тема 7. Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.	ОПК-1 ОПК-3	индивидуальное задание решение задач		письменно устно
Тема 8. Методы расчета бюджета	ОПК-1 ОПК-3	решение задач		письменно
Тема 9. Оценка эффективности коммуникативной деятельности	ОПК-1 ОПК-3	решение задач		письменно
			Зачет с оценкой	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-1	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1. Знание теоретико-методологических основ маркетинговых коммуникаций	Знает ключевые понятия и теоретическую концепцию маркетинговых коммуникаций . Знает основы построения коммуникационных каналов, достоинства и недостатки различных коммуникационных средств. Умеет создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы , паблик рилейшнз , личными продажами и иными средствами.	1-9
2. Умение выбирать и использовать методы расчета бюджета и оценивать эффективность коммуникативной деятельности.	Способность применять методы формирования бюджета маркетинговых коммуникаций. Умение выбирать и использовать методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии.	8,9

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1. Знание теоретико-методологических основ маркетинговых коммуникаций	Усвоение методов и инструментов теоретико-методологических основ маркетинговых коммуникаций.	1-9
2. Умение выбирать и использовать методы расчета бюджета и оценивать эффективность коммуникативной деятельности.	Способность применять методы реализации рекламных стратегий на уровне бизнес-единицы, а также в целях анализа положения фирмы на рынке. Умение осуществлять оценку эффективности применяемых инструментов и методов.	8,9

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровнем самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-1 - способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методологических основ маркетинговых коммуникаций	Имеет углубленные знания в области маркетинговых коммуникаций, понимает сущность, специфику маркетинговых коммуникаций и содержание основных составляющих коммуникационно-го процесса; знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций.	Умеет самостоятельно определять задачи маркетинговых коммуникаций и находить оптимальные пути их решения; составлять эффективные рекламные обращения и разрабатывать рекламные материалы.	Уверенно определяет наиболее эффективные инструменты реализации конкретных направлений маркетинговых коммуникаций; на высоком уровне способен планировать рекламные кампании в рамках общей маркетинговой стратегии предприятия. А также на высоком уровне способен проводить оценку эффективности различных видов маркетинговых коммуникаций	Тестирование, решение кейса, реферат, индивидуальное задание, решение задач, зачет с оценкой

Код компетенции	ОПК-3- способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методологических основ маркетинговых коммуникаций	Знает: особенности маркетинговых коммуникаций в условиях современного рынка; - процесс влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирования сбыта продукции; - составляющие эффективного позиционирования предприятия и основные направления его	Умеет: - освещать основные направления маркетинговых коммуникаций как внутри, так и во внешней среде фирмы; - осуществлять подготовку по выбору оптимального канала коммуникации; - создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, публичных рилейшнз, личных продаж.	Владеет: - навыками работы с информационными материалами разного назначения; - способами составления медиаплана и оценки его эффективности; - навыками адаптации международных нормативно-правовых актов и профессиональных стандартов для российских условий.	Тестирование, решение кейса, реферат, индивидуальное задание, решение задач, зачет с оценкой

	коммуникационной деятельности; - комплекс наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций определенного товара для расширения сбыта.			
--	---	--	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессионально</p>

			й задачи
Шкала оценивания компетенций			
Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Введение в маркетинговые коммуникации . Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

1. Маркетинговые коммуникации в системе маркетинга предприятия это:

- а) физическое перемещение товара от продавца к покупателю;
- б) информационное сопровождение товара в процессе его производства и реализации;
- в) сбыт продукции;
- г) один из элементов комплекса маркетинга;
- д) реклама товара.

2. В комплекс маркетинговых коммуникаций входят следующие элементы:

- а) реклама;
- б) PR;
- в) личная продажа;
- г) стимулирование сбыта; д) цена;
- е) транспортировка;
- ж) продажа.

3. Считается ли маркетинговыми коммуникациями обмен мнениями о товаре между целевыми покупателями и их соседями, друзьями, членами семьи и сотрудниками?

- а) да;
- б) нет.

4. Отметьте компоненты системы маркетинговых коммуникаций:

- а) реклама;
- б) личная продажа;
- в) стимулирование сбыта;
- г) связи с общественностью;
- д) комплекс мер безопасности компании;
- е) повышение заработной платы служащих.

5. Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а её потребители сконцентрированы в одном географическом регионе, какие инструменты маркетинговых коммуникаций целесообразно использовать?

- а) личные продажи;
- б) прямой маркетинг;
- в) реклама;
- г) связи с общественностью;
- д) стимулирование сбыта.

Тема 3. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально-психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

1. Достоинство рекламы:

- а) невысокая цена в расчете на одного потребителя;
- б) немедленная реакция потребителя;
- в) эффективное представление товара;
- г) диалог между коммуникатором и потребителем;
- д) предоставление потребителю возможности сэкономить.

2. Какую рекламу можно назвать неэтичной?

- а) может быть ложно истолкована, даже если на практике этого не происходит;
- б) рекламирует несуществующие преимущества товара;
- в) дает понять индивиду, что он не относится к целевому сегменту данной компании;
- г) не содержит информацию о дополнительных условиях оплаты.

3. Возможные цели создания рекламы:

- а) воспитание эстетического вкуса;
- б) упреждение;
- в) информирование;

- г) убеждение;
- д) напоминание.

3. Как называется реклама, применяемая для сообщения потребителям о новом товаре или о новой особенности товара и формирования первичного спроса?

- а) информативная;
- б) убеждающая;
- в) сравнительная;
- г) напоминающая.

4. Как называется реклама, применяемая для формирования избирательного спроса на конкретную марку?

- а) убеждающая;
- б) информативная;
- в) сравнительная;
- г) напоминающая;
- д) укрепляющая.

5. Основные средства организации связей с общественностью:

- а) спонсорство;
- б) Web-страницы;
- в) закрытое совещание директоров;
- г) разработка имиджа компании;
- д) личные продажи.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

– менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);

– 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

– 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 8. Методы расчета бюджета

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Задание 1.

1. Составьте медиа-карту СМИ, в которых будет размещена реклама вашей организации. Выбор обоснуйте расчетами медиопоказателей.
 2. Разработайте План-график рекламной кампании.
 3. Рассчитайте смету рекламной кампании.
- Требования: данные заполните в таблицах.

Задание 2. В начале весенне-летнего сезона компания ООО «Наш Текстиль», выпускающая спецодежду, разработала новые модели брюк и курток, отличающихся высокой прочностью и удобствами при проведении сельскохозяйственных работ. Компания планирует продать 10 000 шт. костюмов. Стоимость костюма от 560 руб. до 3,5 тыс. руб. ООО «Наш Текстиль» владеет небольшой сетью собственных магазинов «Спецодежда» в Калининграде (2 магазина) и области (1 магазин в городе Балтийск). Менеджеры компании хорошо понимают, что при успешной рекламной кампании и маркетинговых мероприятиях их товар мог бы пользоваться большой популярностью у разных слоев населения. Для того чтобы увеличить продажи, ООО «Наш Текстиль» готово потратить на рекламу около 280 тыс. рублей (Калининград+ регионы).

Задание:

1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.
2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.
3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?
4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы выберете для продвижения спецодежды?
5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.
6. Сделайте примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel»).

Тема 9. Оценка эффективности коммуникативной деятельности

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Задание 1.

Пропишите критерии и методы оценки эффективности разработанной Вами рекламной кампании в зависимости от поставленной цели (примеры ниже). Оформите результат в таблице.

Цель: повышение уровня лояльности клиентов.

Цель: формирование имиджа компании.

Цель: повышение уровня информированности.

Цель: повышение уровня продаж.

Цель: продвижение товара/услуги на рынке и т.д.

Таблица - Критерии и методы оценки эффективности рекламной кампании

№ п/п	Критерии оценки эффективности рекламной кампании	Методы оценки эффективности

Требования: все критерии должны быть четко сформулированы по количественным и качественным показателям. Методы оценки должны подтверждать возможность оценки. После таблицы надо прописать необходимые расчеты и возможность использования предложенных методов оценки эффективности. Объем – до 2 страниц.

Задание 2. Общий сбыт продукции фирмы в городах А, Б и В, выбранных в качестве объектов испытания рекламы, составлял 3600 контейнеров продукции до начала рекламы и 6400 контейнеров после ее появления. В «контрольных» (не подвергшихся рекламе) городах Г, Д и Е объем продаж составлял 4600 контейнеров в первом периоде и 5750 - во втором.

Почтовая реклама с помощью специальных буклетов обеспечила получение заказов общим объемом 600 контейнеров в городах А и Б (в городе В рассылка не проводилась). В городах А, Б и В также была равномерно задействована телевизионная реклама. Кроме того, в городе В применялась радиореклама.

Расходы на рекламу в этих городах в общей сумме составили, в тыс. ден. ед.: телереклама — 110; радиореклама — 12; адресная рассылка буклетов — 12,5 тыс. ден. ед.

Продажа каждого дополнительного контейнера продукции, за вычетом транспортных расходов, но не включая затраты на рекламу, дает фирме дополнительную прибыль в размере 0,2 тыс. ден. единиц.

Для рекламодателей, самостоятельно изготавливающих и распространяющих рекламу, во всех городах установлен муниципальный налог в размере 5 % от величины расходов на рекламу. Определить:

1. Какую часть прироста натурального объема продаж (в процентах от первоначального) логично отнести за счет рекламы? Приведите расчет.

2. Какова общая эффективность всей рекламной кампании?

3. Какова эффективность действия каждого вида рекламы, какой из них можно считать эффективным, в том числе на перспективу? Приведите расчеты, имея в виду, что в каждом из городов экспериментальной группы объемы продаж в каждый конкретный период были одинаковы.

Задание 3.

Фирма, реализующая в Калининграде скоростные велосипеды, для увеличения своих доходов провела рекламную кампанию в печатных СМИ. Средняя стоимость велосипеда до рекламы 25 тыс. руб., во время рекламной кампании предлагались скидки в 10%. По результатам продаж, представленных в таблице, определить как общую эффективность рекламной кампании, так и по каждой газете отдельно.

Показатели	«Комсомольская правда»	«Коммерсант»	«Сегодня»	«Спорт-экспресс»	«Неделя»	Итого:
Количество товаров, продаваемых до рекламы	1000	1000	1000	1000	1000	5000
Количество товаров,	1400	1050	1126	2100	1200	6876

продаваемых после рекламы						
Расходы на рекламу при восьми объявлениях в месяц, тыс. руб.	2000	4000	5200	2720	2880	16800

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых,

выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Введение в маркетинговые коммуникации . Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Темы рефератов

1. История развития маркетинговых коммуникаций
2. Специфика маркетинговых коммуникаций на российском рынке
3. Особенности маркетинговых коммуникаций на зарубежных рынках
4. Формирование коммуникационной политики для распространения новых товаров

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 2. Брендинг как базовая технология в сфере коммуникаций

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Примеры кейсов.

Кейс 1. Защита бренда.

Копирование этикетки Во Владикавказе ООО «Фирма "Балтика"» начала выпускать водку под брендом «Балтика» с этикеткой, напоминающей этикетку известного пива

пивоваренная компания "Балтика" обратилась в арбитражный суд с иском о защите своего товарного знака. Из-за того, что у пивоваров не оказалось регистрации в классе алкогольных напитков за исключением пива, одна из инстанций (арбитражный суд Северо-Кавказского округа) вынесла решение в пользу водки. В конце концов, питерские пивовары дело выиграли...

Вопрос. Какой аргумент нашел суд в их пользу?

Кейс 2. Имитация брендов

Сингапурская компания «Future Enterprises», производитель кофейных смесей под маркой «MacCoffee», обнаружила на российском рынке аналогичный кофейный продукт под маркой «МаксКофе», выпускаемый красноярской продовольственной компанией «Унипак-Сервис» и обратилась за защитой своих прав в суд.

Вопрос. Какое решение вынес Московский арбитражный суд?

Кейс 3. Использование товарного знака

Подольская фабрика «Метатабак» выпустила сигареты «Балтика №3» и «Балтика №9». На упаковке красовался слегка видоизмененный логотип пивной «Балтики», а в ходе своей промоакции компания «Метатабак» предложила купившим блок сигарет в подарок бутылку пива "Балтика" с соответствующим номером. ОАО «Балтика» обратилась в суд о незаконном использовании товарного знака.

Вопрос. "Балтика" выиграла дело. Почему? Какой аргумент учел суд?

Тема 3. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально- психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Примеры кейсов.

Кейс 1. Недостоверная реклама

По решению ФАС в 2020 г. компания ООО «ПИТ Интернейшенл» понесла административную ответственность за размещенную рекламу. В рекламе утверждалось, что пиво «ПИТ» благодаря своей упаковке, обладает рядом преимуществ, которыми не обладает пиво в других пластиковых упаковках, в частности, оно защищено от воздействия ультрафиолетовых лучей. Как показали результаты независимого исследования, данная упаковка пропускает ультрафиолетовые лучи.

Вопрос. К каким видам можно отнести данную рекламу?

Кейс 2. Недобросовестная реклама

В рекламном ролике стирального порошка Ariel демонстрируется решение проблемы и категорически утверждается: «...сейчас после стирки у меня все фартучки белоснежные, поэтому у меня больше посетителей, чем у других ...».

Вопрос. К каким видам можно отнести данную рекламу?

Кейс 3. Недостовверная и недобросовестная реклама

Показательный опыт «щитовой» рекламной борьбы демонстрируют торговые компании «Техносила» и «Эльдорадо». «Техносила» в нескольких мегаполисах России разместила наружную рекламу с вызывающе-вульгарным слоганом: «Сергея лопух! Купил дороже!».

Сеть-конкурент «Эльдорадо» рядом с щитами «Техносилы» поставила свои: «Согласен. У нас дешевле». Следующий маневр предприняла «Техносила», на плакатах которой появилась фраза: «Минус 1000 рублей от цены конкурента». «Эльдорадо» заменила на щитах слоган: «Согласен. У нас дешевле» и вернулась к прежней рекламной акции – «КЛАССные товары». Но вскоре на плакатах и в телевизионной рекламе «Эльдорадо» появился знак «№1 в России. Мы побьем любые цены».

Вопрос. По каким основаниям и какие законы нарушены?

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none">– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;– свободное владение профессиональной терминологией;– умение высказывать и обосновать свои суждения;– студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы;– студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none">– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;– ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none">– студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения;– обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none">– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс;– в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5. Индивидуальные задания

Целью индивидуальных заданий является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; выполнение индивидуальных заданий позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 3. Реклама. Основные направления рекламной деятельности предприятия. Организация и управление рекламной деятельностью. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально- психологические аспекты рекламы. Рекламные агентства.

Тема 4. Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам.

Тема 5. Паблик рилейшнз в структуре маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия.

Тема 6. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций . Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента.

Тема 7. Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования.

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Задание 1. Сформулируйте потребности Продавца, Компании и Покупателя (табл. 1).

Таблица 1 - Виды потребностей

Потребности	Продавец	Компания	Покупатель
Жизненно важные (материальные)			
В безопасности			
Связанные с общением			
В уважении			
В самоуважении			
В саморазвитии, росте			

Задание 2. Составьте план РК по схеме (тема по выбору студента):

- краткое описание рынка, предприятия, продукции, предыдущей кампании;
- формулировка целей РК;
- формулировка типовых задач РК (по сегментам) (табл.2);

Таблица 2 - Типовые задачи РК

Класс типовых задач	Типовая задача
Информирование	Привлечение внимания, сделать известным, запомнить
Позиционирование	Показать, что свойства товара, соответствуют особенностям потребителя, сделать товар своим, показать новизну, сформировать оценку товара
Отстройка от конкурентов	Переключить внимание потребителя от товаров конкурентов, сделать его отличным
Возвышение имиджа	Поддержать сложившееся мнение о товаре, создать положительное отношение к товару, возвысить мнение о товаре
Контрреклама	Отвлечь внимание потребителей от нежелательных оценок и эмоций по отношению к товару, сформировать негативное отношение к

товарам-конкурентам*

- описание целевых потребителей (демография, психографика), мотивы и частота покупки;
- позиционирование продукта;
- составить смету расходов (% от оборота);
- разработка плана мероприятий и медиа-плана (табл. 3, 4).

Таблица 3 - План мероприятий РК

Задачи РК	Инструменты	Стоимость, тыс. руб	Период	Ответственный
Позиционирование ТМ (предварительный этап) и т.д.	Реклама на ТВ (видеоролик (30 сек))	500	Сентябрь-январь	Бренд-менеджер
		ИТОГО:		

Таблица 4 – Медиа-план

Телеканал X	Время выхода	Ст-ть 1 сек., тыс.руб.	1.01	2.01 и.т.д.							
Характеристика канала; целевая аудитория (описание, численность); рейтинг канала	10.00 Сериал «X»										
ИТОГО											

- определить эффективность РК.

Задание 3. Разработать рекламный текст. Элементы:

- заголовок (вместе с торговым знаком);
- основной текст;
- подписи и комментарии;
- слоган.

Подготовить презентацию. Форма оценки презентации представлена в таблице 5.

Таблица 5 - Форма оценки презентации

Аспект оценки		Команда		
		1	2	3
	Способность рекламного обращения привлечь внимание			
	Способность рекламного обращения вызвать интерес			
	Способность рекламного обращения вызвать желание купить			
	Способность рекламного обращения побудить к немедленному действию			

Оценка презентации			
Общая оценка команде			
Всего баллов			
Место			

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения проверки индивидуальных заданий используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов — неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50—69 % правильных ответов — удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70—89 % правильных ответов — хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90—100 % правильных ответов — отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.6 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет с оценкой, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции

ОПК – 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его место в комплексе маркетинга.
2. Система маркетинговых коммуникаций.
3. Процесс коммуникаций через каналы личной и неличной коммуникации.
4. Организация отдела маркетинговых коммуникаций.
5. Реклама - понятие, сущность, цели, классификация.
6. Место и роль рекламы в структуре комплекса маркетинга.
7. Функции, задачи, требования к рекламе

8. Основные направления рекламной деятельности предприятия.
9. Средства рекламы и особенности их выбора
10. Рекламный процесс и его участники. Функции субъектов рекламного процесса.
11. Социально-психологические аспекты рекламы.
12. Когнитивные аспекты рекламного воздействия.
13. Модели рекламного сообщения.
14. Этика рекламы.
15. Копирайтинг.
16. Нейминг.
17. Позиционирование рекламного ролика.
18. Структурирование рекламного пространства.
19. Скрытая реклама.
20. Правовые основы рекламной деятельности.
21. Планирование рекламной деятельности на предприятии: цели, задачи, этапы.
22. Разработка рекламного бюджета.
23. Организация рекламных кампаний.
24. Аудит и мониторинг рекламы.
25. Социально-психологическая эффективность рекламной деятельности.
26. «Паблик рилейшенз» (PR) — понятие, классификация, состояние российского рынка. Модель PR.
27. Задачи, принципы и функции PR.
28. Основные направления PR-деятельности предприятия.
29. Средства PR и особенности их выбора.
30. Требования к PR. Социально-психологические аспекты PR. Этика PR. Модель PR. Управление разработкой нового товара.
31. Социально-психологические аспекты PR.
32. Контроль и оценка эффективности PR.
33. Факторы формирования общественного мнения.
34. Служба PR на предприятии.
35. Формирования имиджа предприятия.
36. Товарный знак.
37. Инструментарий PR.
38. Приемы PR в кризисных ситуациях.
39. Понятие прямого маркетинга и личной продажи, виды, факторы.
40. Понятие личной продажи, виды, факторы.
41. Формы и методы прямого маркетинга.
42. Формы и методы личной продажи.
43. Торговый агент: виды торговых агентов и их функции.
44. Этапы личной продажи и их характеристика.
45. Законы, логика и правила личной продажи.
46. Понятие стимулирования сбыта и его особенности.
47. Основные направления стимулирования сбыта.
48. Средства стимулирования сбыта и особенности их выбора.
49. Стимулирование сбыта на различных этапах жизненного цикла товара.
50. Мерчендайзинг: понятие, виды, рентабельность.
51. Событийный маркетинг: понятие, виды, рентабельность.
52. Контроль и оценка эффективности стимулирования сбыта.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых

понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение рефератов, а также посещаемость занятий, активность при выполнении заданий, результаты выполнения практических заданий (кейсов).

Реферат оценивается по пятибалльной системе (подробнее указано в п. 6.3.3). Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы. Более подробно критерии оценки реферата студента представлены в п. 6.3.2 настоящей РПД.

Критерии оценки индивидуального задания и работы над кейсами и задачами представлены в п. 6.3.2; 6.3.4 и 6.3.5 соответственно.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно») на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине

	Тестирование	Реферат	Групповое	Решение	Промежуточный	Итоговый
--	--------------	---------	-----------	---------	---------------	-----------------

			задание (презентация)	кейса	контроль (зачет с оценкой)	рейтинг по дисциплине
Вес	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	1
Оценка						

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Ромат Е.В. Маркетинговые коммуникации: [учеб. для вузов: для бакалавров и магистров]/ Евгений Ромат, Дмитрий Сендеров. – СПб.: Питер, 2018. - 495 с.

2. Жильцова О.Н. Маркетинговые коммуникации: учебник/ под редакцией О.Н. Жильцовой. – М.: Центркаталог, 2020.- 360 с.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. – М.: ДиС, 2011. - 336 с.

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата. — 3-е изд., перераб. и доп.— М.: Издательство Юрайт, 2020. — 363 с.

3. Жарников, Д. С.; Калугина, С. А. и др. Маркетинговые коммуникации: учеб. для вузов/ [Д. С. Жарников [и др.]; под ред. И. Н. Красюк]. - М.: ИНФРА-М, 2012. – 270 с.

4. Романенкова, О. Н.; Артемьева и др. Маркетинговые коммуникации: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата/ [Романенко О. Н. [и др.]; под общ. ред. О. Н. Романенковой; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - Москва: Юрайт, 2014. – 456 с.

5. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации: учеб. для вузов/ А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. -М.: Вуз. учеб. М.: ИНФРА-М, 2012. – 382 с.

6. Ядин, Д. Маркетинговые коммуникации: Современная креативная реклама/ Пер.с англ. М.Веселковой. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 481 с.

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями).

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями и дополнениями) «О средствах массовой информации».

3. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (с изменениями и дополнениями) «О государственной тайне».

4. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).

5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

7. Федеральный закон от 27.11.2010 N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации » (с изменениями и дополнениями).

7.4. Для самостоятельной работы

1. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: учебник / под ред. И.М. Синяевой. — М.: Юнити, 2011.— 496 с.
2. Синяева И.М. Маркетинг: Учебное пособие . – Москва; Москва: Вузовский учебник: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2013. – 384 с.
3. Формирование и развитие интернет-рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций: теория и практика реализации: Монография. – М.: Дашков и К, 2013. – 140 с.
4. PR в сфере коммерции : Учебник / Под ред . И.М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. – 298 с. + CD

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Media Guide <http://www.mediaguide.ru/>
4. Mediascope в России – комплексная медиа- и маркетинговая информация <http://mediascope.net/>
5. Аналитический Центр Видео Интернетшл <http://www.acvi.ru/>
6. Атлас СМИ <http://www.mediageo.ru/139>
7. ГИПП (сайт Гильдии издателей периодической печати) www.gipp.ru
8. Единая служба объявлений <http://www.eso-online.ru/>
9. Интернет-каталог «МедиаПилотOnline» - <http://www.mpilot.ru/>
10. НАТ (Национальная ассоциация телевещателей) <http://www.nat.ru/>
11. Национальная тиражная служба <http://www.pressaudit.ru/>
12. Общероссийская система подачи рекламы в региональные СМИ «Реклама-ОНЛАЙН» <http://www.reklama-online.ru/>
13. Рекламные щиты и билборды в России <http://mediacatalog.ru/>
14. Рекламные щиты и билборды России Mediacatalog.ru.
15. Российская академия радио <http://www.radioacademy.ru/> 20
16. Сеть бронирования рекламных щитов <http://www.allbillboards.ru/>
17. Служба телеизмерений <http://www.sti-rating.ru/>
18. 11 сервисов для анализа конкурентов в контекстной рекламе <https://netology.ru/blog/11-services-context-adv>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

- уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.
- глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;
- демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;
- использование дополнительных источников информации для решения кейса;
- выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат — письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

— обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

— основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

— рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

— общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена ... во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...»

III «Заключение. Выводы». В заключение реферата студент должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссыпки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;

- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.

- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;

- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;

- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);

- поблагодарите слушателей за внимание

- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад — публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

— сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;

— написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно: какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

— определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);

— решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;

— решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:

— составьте список того, что вам предстоит сделать;

— расположите дела в порядке очередности их выполнения;

— составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку черного варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

а) прочтите весь доклад;

б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;

д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

— составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

— не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

— свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;

4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,

5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

— Соблюдайте единый стиль оформления.

— Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.

— Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

— Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).

— Использование цвета

— На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

— Для фона и текста используйте контрастные цвета.

— Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

— Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

— Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

— Используйте короткие слова и предложения.

— Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.

— Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

— Предпочтительно горизонтальное расположение информации.

— Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

— Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

— Для заголовков — не менее 24.

— Для информации — не менее 18.

— Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.

— Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

— Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

— Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

— Следует использовать:

— Рамки, границы, заливку;

— Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;

— Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

— Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации:

люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

— Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

— Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

— С текстом;

— С таблицами;

— С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

— Название исследования.

— Содержание.

— Цель самостоятельной работы.

— Ход и результат исследования.

— Выводы.

— Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

ПрограммаMicrosoftExcel

ПрограммаPower Point

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

« 03 » 2021 г.

Л.В. Пурыжова

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Маркетинговый анализ»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Маркетинговый анализ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	8
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	15
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	15
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	20
6.3.1 Тестовые задания	20
6.3.2 Задачи	30
6.3.3 Темы курсовых работ и презентаций	38
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	39
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	49
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	50
7.1. Основная учебная литература.....	50
7.2. Дополнительная учебная литература	50
7.3. Для самостоятельной работы.....	51
7.4. Нормативные документы	52
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	52
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	52
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	61

**Наименование дисциплины (модуля)
«Маркетинговый анализ»**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Маркетинговый анализ» является освоение бакалаврами теоретических основ маркетингового анализа и применение полученных навыков в практической маркетинговой деятельности. В результате изучения дисциплины студент должен достичь следующих результатов:

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать: Базовые современные методы и модели маркетингового анализа, основные методические подходы, особенности их построения (в том числе с использованием современных информационных технологий).</p>	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
<p>Уметь: Разрабатывать на основе маркетинговой аналитики практически значимые управленческие решения</p>		
<p>Владеть: Методиками маркетингового анализа и навыками их практического использования. современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе специализированными программными продуктами для проведения маркетингового анализа и представления его результатов</p>		

Знать: Методологию комплексного маркетингового анализа Технологию маркетингового анализа среды организации	ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уметь: Сформировать программу комплексного маркетингового анализа Разрабатывать на основе маркетинговой аналитики стратегически значимые управленческие решения		
Владеть: Техниками маркетингового анализа, навыками подбора методов и инструментов проведения и представления результатов комплексного маркетингового анализа		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Маркетинговый анализ» представляет собой дисциплину обязательной части профессионального цикла (Б1.О.17) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Теория вероятностей и математическая статистика Математика Статистика Маркетинговые исследования Маркетинг Поведение потребителей Бухгалтерский учет Экономическая безопасность Финансовый менеджмент Маркетинговое консультирование Учебная	Маркетинговый анализ	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Выполнение выпускной квалификационной работы Производственная преддипломная практика

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	ознакомительная практика		

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ПК-1	Маркетинговые исследования	Маркетинговый анализ	Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	64,25
Самостоятельная работа	67,75
Часов, всего	144
Зачетных единиц, всего	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем	Всего	В том числе

дисциплины/ модуля	(часы)	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа	11	4	-	2	5	-		
Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.	39	8	2	10	15	4		
Тема 3. Анализ внешней среды фирмы	49	10	3	12	20	4		
Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.	44	10	2	8	20	4		
Итого	144	32	7	32	60	12	0,25	0,75
Контактная работа	76,25	32		32		12	0,25	
Самостоятельная работа	67,75		7		60			0,75
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет, курсовая работа							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа	Направления комплексного маркетингового анализа: анализ макросреды, анализ микросреды предприятия, анализ комплекса маркетинга. Анализ информации о рынке, структуре и динамике спроса и предложения. Анализ информации о микросреде фирмы: о конкурентах, поставщиках, потребителях продукции и услуг. Анализ и прогноз объема продаж по каждому виду продукции (работ, услуг), а также товарной политики в целом. Анализ цен по каждому виду продукции (работ, услуг), а также ценовой политики в целом. Анализ каналов сбыта по каждому виду продукции (работ, услуг), а также сбытовой политики в целом. Анализ системы маркетинговых коммуникаций по каждому направлению

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>отдельно, а также коммуникационной политики в целом. Анализ эффективности инвестиций в маркетинг и маркетинговой деятельности. Анализ и прогноз прибыльности фирмы. Выработка на основе анализа предложений по стратегии развития фирмы. Представление результатов комплексного маркетингового анализа: обзор основных внутрифирменных документов, разрабатываемых по итогам проведения комплексного маркетингового анализа.</p> <p>Классификация методов маркетингового анализа: количественные методы (статистические и эконометрические, экономико-математические, стоимостно-ориентированные методы), качественные методы (методы группировок, сравнения, сегментирования, матричные модели, эвристические методы, функционально-стоимостной анализ и др.). Базовые модели. Методические подходы</p>
2.	Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.	<p>Обзор методов и моделей маркетингового анализа рынков промышленных и потребительских товаров и услуг. Анализ ситуации и прогноз развития основных рыночных показателей. Метод экспоненциального сглаживания. Анализ емкости рынка. Анализ спроса и предложения. Статистические методы анализа объемов продаж и спроса на товары и услуги. Эконометрические методы анализа факторов, влияющих на спрос и предложение. Методы сегментирования (однопараметрические и многопараметрические методы сегментирования, методы априорные, кластерные, гибкой и покомпонентной сегментации). Нейропрогнозирование рыночных тенденций.</p> <p>Анализ рыночных сегментов. Сегментация рынков товаров промышленного назначения: двухступенчатый подход “макро-микро модель” Уинда и Кардозы”; Анализ рыночной конъюнктуры.</p>
3.	Анализ внешней среды фирмы	<p>Концепция анализа внешней среды фирмы: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты.</p> <p>Обзор методов и моделей маркетингового анализа внешней среды (экспертные методы, методы анализа среды (SWOT-анализ сильных слабых сторон фирмы, возможностей и угроз, PEST (STEP)- анализ модель растущего рынка –матрица “продукт-рынок” (Ансоффа) и др. Модифицированные методики исследования.</p> <p>Источники информации для стратегического анализа внешней среды фирмы. Методические подходы к оценке влияния факторов внешней среды на результаты деятельности фирмы. Методы и источники получения информации о конкурентах. Методы легендированных (засекреченных) опросов корпоративных потребителей и конкурентов. Приемы стимулирования респондентов к участию в аудите среды фирмы. Виды конкуренции, маркетинговые модели описания</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>конкурентных рынков (модель пяти сил конкуренции Портера), анализ сил конкуренции в отрасли (коэффициенты концентрации рынка, индекс Герфиндаля-Хиршмана, метод семантического дифференциала для построения профиля рынка). Методы анализа конкурентов (количество и доли рынка, конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирм). Матричные методы оценки конкурентной позиции фирмы на рынке (БКГ ”рост рынка-доля рынка”, модель конкуренции (матрица GE и Мак Кинси ”привлекательность рынка-конкурентоспособность”). Методика анализа деловой активности бизнес-среды. Модели анализа поставщиков, анализа потребительского спроса и потребительских предпочтений (модель “продукт-рынок”, модель Розенберга, метод профилей – многомерный метод анализа, модели с идеальной точкой). Модель поведения потребителя, корреляционно-регрессионная модель портрета потребителя, методы анализа клиентской базы) и другие. Методика анализа потребительских настроений</p>
4.	Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.	<p>Концепция анализа внутренней среды фирмы: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты.</p> <p>Внутрифирменная информация, необходимая для проведения эффективного аудита маркетинга. Концепция аудита маркетинговой деятельности фирмы. Проблемно-целевой анализ действующей системы маркетинга.</p> <p>Анализ функциональных составляющих маркетинга и комплекса маркетинга:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Аналитической функции маркетинга (сбор и анализ информации). - Производственной функции маркетинга (ABC-анализ XYZ анализ ассортимента. Модель жизненного цикла товара. Анализ свойств продукции (услуги). Моделирование и прогнозирование потребительского спроса на продукцию (услугу) фирмы. Анализ конкурентоспособности продукции (услуги). Перспективы разработки новых продуктов). - Сбытовой функции маркетинга (Анализ системы распределения и товародвижения. Анализ эффективности каналов сбыта продукции (услуги)). - Анализ системы ценообразования. Модель анализа ценообразования на товар (услугу). Модель расчета цены на товар (услугу). - Анализ системы продвижения, комплекса маркетинговых коммуникаций. <p>Методические подходы к анализу эффективности маркетинга: количественные и качественные методы. Анализ эффективности рекламных кампаний.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа	- Контрольное тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru. - Постановка задач на проведение комплексного маркетингового анализа в рамках индивидуального задания
2.	Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.	- Маркетинговый анализ рыночных сегментов с использованием модели макро-микро сегментации Уинда и Кардозо. - Маркетинговый анализ рыночных тенденций и конъюнктуры на основе метода экспоненциального сглаживания в среде пакета Statistica - Расчетные задачи по теме - Контрольное тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru.
3.	Анализ внешней среды фирмы	- Маркетинговый анализ конкурентных сил, деловой активности и потребительских настроений на рынках на основе индексного подхода. - Маркетинговый анализ потребителей, поставщиков, конкурентов, контактных аудиторий на основе корреляционно-регрессионного моделирования их портретов в среде пакета Statistica - Многофакторные регрессионные модели и эконометрические оценки их качества - Расчетные задачи по теме - Контрольное тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru.
4.	Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.	- Маркетинговый анализ эффективности функционирования фирмы на основе моделирования ее работы как системы массового обслуживания в среде пакета Matlab - Маркетинговый анализ спроса на продукцию (работы, услуги) фирмы и эффективности маркетинговых усилий на основе однофакторного дисперсионного анализа в среде пакета Statistica - Контрольное тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Методология комплексного	Задание 1. Студентам предлагается ознакомиться с

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	<p>маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа</p>	<p>тематикой курсовых исследований, выбрать тему и согласовать ее с научным руководителем (предварительно следует выбрать объект курсового исследования, который также фиксируется в теме). Студенту предлагается систематизировать все доступные источники информации и составить список источников, который предстоит изучить по выбранной теме курсовой работы. Итогом выполнения задания является оформленное и подписанное у научного руководителя задание на выполнение курсовой работы, которое студент принимает к исполнению с даты его подписания</p> <p>Задание 2. Студентам предлагается провести по дополнительной литературе и имеющимся библиотечным ресурсам и базам данных обзор мирового опыта и практики применения (на выбор студента) методов, моделей и методических подходов маркетингового анализа, таких как:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методов анализа рынков (структуры, конъюнктуры, емкости, однопараметрические и многопараметрические методы сегментирования, методы априорные, кластерные, гибкой и покомпонентной сегментации). - Методов и моделей анализа среды фирмы (SWOT-анализ среды, PEST (STEP)- анализ среды, модель растущего рынка –матрица “продукт-рынок” (Ансоффа). Модель конкуренции (Портера) модель портфельного анализа (матрица БКГ ”рост рынка-доля рынка”), модель конкуренции (матрица GE и Мак Кинси ”привлекательность рынка-конкурентоспособность”). Модели анализа поставщиков, анализа потребительского спроса и потребительских предпочтений (модель “продукт-рынок, модель Розенберга, метод профилей – многомерный метод анализа”, модели с идеальной точкой, XYZ-анализ). Модель поведения потребителя, корреляционно-регрессионная модель портрета потребителя, методы анализа клиентской базы) и другие. - Методов и моделей анализа комплекса маркетинга (Модели жизненного цикла товара, портфельный анализ продукции (матрица БКГ), ABC-анализ ассортимента, анализа ценообразования, цен конкурентов, эластичности, каналов сбыта, анализа комплекса средств рекламы, различных рекламных каналов, модели разработки рекламного бюджета, анализ комплекса маркетинговых коммуникаций) и другие. - Методические подходы к анализу

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>конкурентоспособности фирмы, продукта (услуги), маркетинговых стратегий.</p> <p>- Методический подход к совместному анализу результатов аудита внешней и внутренней маркетинговой среды фирмы.</p> <p>После самостоятельного изучения отечественных и зарубежных исследований, опубликованных в научных журналах или каталогах, например, в электронном каталоге публикаций научных исследований EBSCO, elibrary.ru и др. (доступ открыт через сайт библиотеки http://lib.kantiana.ru), студентам предлагается систематизировать прочитанный материал по выбранному методу (методике, модели) маркетингового анализа в табличном виде. Результат исследования предлагается оформить в форме приложения к теоретической главе курсового исследования.</p> <p>Задание 3. Обучающее тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru.. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время в рамках “дедлайна”, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p>
2.	Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.	<p>Задание 1. Студентам предлагается провести маркетинговый анализ состояния и развития конкретного (по выбору студента) рынка промышленных или потребительских товаров и услуг изученными методами. Результат исследования предлагается оформить в виде раздела в курсовом исследовании.</p> <p>Задание 2. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к анализу структуры совокупного спроса и совокупного предложения, анализ факторов, влияющих на совокупный спрос и совокупное предложение, анализ факторов, определяющих структуру совокупного спроса и предложения, характерных для отдельных рынков (потребительских).</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к анализу емкости рынков: определение и прогнозирование текущего рыночного спроса, метод цепочки коэффициентов, нормативный метод, расчет емкости рынка для товаров повседневного спроса, расчет емкости рынка для товаров длительного пользования. Определение доли рынка, метод</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>Парфитга-Коллинза.</p> <p>Задание 4. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к анализу рыночных сегментов. Практика применения однопараметрических и многопараметрических методов сегментирования, методов априорной, кластерной, гибкой и покомпонентной сегментации, метода группировок, многомерного статистического анализа. Сегментирование рынка с использованием самоорганизующихся карт Кохоннена (кластерный анализ). Сегментация рынков товаров промышленного назначения: многоступенчатый гнездовой подход Бенюма и Шапиро. Сегментация рынков товаров потребительского назначения: модель сегментации по выгодам Хейли Рассела, ситуационно-личностная модель Питера Диксона.</p> <p>Задание 5. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного) исследования по теме 2 на lms-3.kantiana.ru:</p> <p>- Маркетинговый анализ рыночных тенденций и конъюнктуры на основе метода экспоненциального сглаживания в среде пакета Statistica. Прикрепление отчета в lms-3.kantiana.ru</p> <p>Задание 6. Обучающее тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время в рамках “дедлайна”, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p>
3.	Анализ внешней среды фирмы	<p>Задание 1. Студентам предлагается провести маркетинговый анализ внешней маркетинговой среды конкретной фирмы, функционирующей более трех лет на конкретном отраслевом рынке изученными методами. Результат исследования предлагается оформить в виде раздела в курсовом исследовании.</p> <p>Задание 2. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе практики применения индекса Герфиндаля-Хиршмана, метода семантического дифференциала для построения профиля рынка. Методов анализа конкурентов (количество и доли рынка, конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирм). Матричных методов оценки конкурентной позиции</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>фирмы на рынке (БКГ, Мак-Кинзи, конкуренции Портера и др.).</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к маркетинговому анализу поставщиков. Характеристика поставщиков ресурсов: количество, расположение, качество, эластичность спроса на ресурсы, условия поставки. Критерии выбора поставщика. Методы анализа поставщиков (методики рейтинговых оценок, оптимизационные методы).</p> <p>Задание 4. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к маркетинговому анализу посредников. Характеристика сбытовых посредников: количество, уровень качества, стоимость услуг, договорные обязательства. Критерии выбора сбытового посредника. Методические подходы к анализу сбытовых посредников.</p> <p>Задание 5. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к маркетинговому анализу потребителей. Методы анализа потребительских предпочтений и потребителей (модель “продукт-рынок”, многомерный метод анализа, модель Розенберга, модель с идеальной точкой корреляционно-регрессионная модель портрета потребителя, характеристика потребителей на основе деревьев решений, классификация потребителей на основе дискриминантного анализа). Показатели потребительской ценности предложений. Методы контроля и оценки за лояльностью. Подходы к обоснованию программ повышения лояльности. Методы анализа клиентской базы.</p> <p>Задание 6. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе методических подходов к маркетинговому анализу конкурентов. Методы и источники получения информации о конкурентах. Виды конкуренции, маркетинговые модели описания конкурентных рынков (модель пяти сил конкуренции Портера), анализ сил конкуренции в отрасли (коэффициенты концентрации рынка, индекс Герфиндаля-Хиршмана, метод семантического дифференциала для построения профиля рынка). Методы анализа конкурентов (количество и доли рынка, конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирм). Матричные методы оценки конкурентной позиции</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>фирмы на рынке (БКГ, Мак-Кинзи, конкуренции Портера и др.).</p> <p>Задание 7. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного) исследования по теме на lms-3.kantiana.ru:</p> <p>- Маркетинговый анализ потребителей, поставщиков, конкурентов, контактных аудиторий на основе корреляционно-регрессионного моделирования их портретов в среде пакета Statistica . Прикрепление отчета в lms-3.kantiana.ru</p> <p>Задание 8. Обучающее тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время в рамках “дедлайна”, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p>
4.	Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.	<p>Задание 1. Студентам предлагается провести маркетинговый анализ внутренней маркетинговой среды конкретной фирмы, функционирующей более трех лет на конкретном отраслевом рынке изученными методами. Результат исследования предлагается оформить в виде раздела в курсовом исследовании.</p> <p>Задание 2. Студентам предлагается провести маркетинговый анализ эффективности маркетинговой деятельности конкретной фирмы, функционирующей более трех лет на конкретном отраслевом рынке изученными методами. Результат исследования предлагается оформить в виде раздела в курсовом исследовании.</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение по основной и дополнительной литературе практики анализа эффективности маркетинга: анализ динамики объемов продаж, функционально-стоимостной анализ, методы оценки эффективности маркетинга на основе методологии сбалансированной системы показателей и рейтинговой оценки, модели продуктивности маркетинга (Дюпона), нормативная и контекстуальная модели оценки маркетинговой деятельности, TQM и модели мировых премий в оценке результативности маркетинга.</p> <p>Задание 4-5. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного)</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>исследования по теме на lms-3.kantiana.ru:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Маркетинговый анализ эффективности функционирования фирмы на основе моделирования ее работы как системы массового обслуживания в среде пакета Matlab. Прикрепление отчета в lms-3.kantiana.ru - Маркетинговый анализ спроса на продукцию (работы, услуги) фирмы и эффективности маркетинговых усилий на основе однофакторного дисперсионного анализа в среде пакета Statistica. Прикрепление отчета в lms-3.kantiana.ru <p>Задание 6. Обучающее тестирование по теме на портале lms-3.kantiana.ru.. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время в рамках “дедлайна”, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p>

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового

	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
--	---

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа	ПК-1, ОПК-2	тестирование		письменно устно
Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.	ПК-1, ОПК-2	Тестирование решение задач		письменно устно
Тема 3. Анализ внешней среды фирмы	ПК-1, ОПК-2	Тестирование решение задач		письменно устно
Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.	ПК-1, ОПК-2	Тестирование решение задач		письменно устно
	ПК-1, ОПК-2		дифференцированный зачет, курсовая работа	письменно/ устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание базовых современных методов и моделей маркетингового анализа, основных методических подходов, особенностей их построения (в том числе с использованием современных информационных технологий)	1, 2, 3, 4
2	Умение разрабатывать на основе маркетинговой аналитики практически значимые управленческие решения. Владение методиками маркетингового анализа и навыками их практического использования	1, 2,3,4

Код компетенции	ПК-1Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание методологии комплексного маркетингового анализа, технологии маркетингового анализа среды организации	1, 2, 3, 4
2	Владение техниками маркетингового анализасреды организации. Умение разрабатывать на основе маркетинговой аналитики стратегически значимые управленческие решения в области маркетинговой политики	1, 2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-

го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность разрабатывать на основе базовых современных методов и моделей маркетингового анализа практически значимые управленческие решения	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, решение задач, контролируемая самостоятельная работа, курсовая работа, дифференцированный зачет

Код компетенции	ПК-1Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность сформировать программу комплексного маркетингового	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на	решение задач, контролируемая

анализа, подобрать методическое и инструментальное обеспечение, провести его и представить результаты			практике	самостоятельная работа, курсовая работа, дифференцированный зачет
---	--	--	----------	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Методология комплексного маркетингового анализа. Методические подходы, модели и методы маркетингового анализа

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
MultipleSelection	Какие методы маркетингового анализа относятся к группе матричных методов ?	<p>XYZ-анализ</p> <p>матрица БКГ (BCGmatrix)</p> <p>модель растущего рынка –матрица “продукт-рынок” (Ансоффа)</p> <p>SWOT-анализ</p> <p>нет верного ответа</p>

SingleSelection	Какой метод маркетингового анализа относится к группе методов статистического анализа?	теория массового обслуживания SWOT-анализ PEST-анализ ABC-анализ
		нет верного ответа
SingleSelection	Какой из перечисленных программных инструментов позволяет имитировать функционирование фирмы и его бизнес-процессов?	SPSS Statistica MatLab Word нет верного ответа
MultipleSelection	Какие из перечисленных программных инструментов можно использовать для задач проведения комплексного маркетингового анализа?	SPSS Statistica MatLab Excel нет верного ответа

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
-------------	---------------	------------------

MultipleSelection	Какие из перечисленных этапов относятся к комплексному маркетинговому анализу фирмы:	анализ комплекса маркетинга фирмы анализ соблюдения технологии производства анализ макросреды фирмы анализ платежеспособности фирмы нет верного ответа
Comparison	Укажите порядок проведения комплексного маркетингового анализа фирмы	анализ комплекса маркетинга фирмы анализ эффективности маркетинга анализ макросреды фирмы анализ микросреды фирмы
SingleSelection	Маркетинговый анализ – это:	наука об эффективности маркетинга функция управления маркетингом, реализуемая в виде деятельности, направленной на сбор и анализ маркетинговых данных маркетинговое исследование различных аспектов маркетинга методология маркетингового исследования нет верного ответа

Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.
Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Какая из перечисленных задач НЕ является задачей маркетингового анализа внутренней среды фирмы:	анализ внутриорганизационного маркетинга фирмы анализ товарного ассортимента фирмы анализ комплекса маркетинга фирмы анализ деятельности маркетинговой службы нет верного ответа

MultipleSelection	Анализ комплекса маркетинга фирмы включает:	анализ товарной политики анализ ценовой политики анализ сбытовой политики анализ коммуникационной политики нет верного ответа
SingleSelection	Какой из перечисленных методов НЕ относится к методам маркетингового анализа:	PEST-анализ SWOT-анализ ABC-анализ XYZ-анализ нет верного ответа
MultipleSelection	Модель экспоненциального сглаживания Брауна реализована в:	SPSS Statistica MatLab Excel нет правильного ответа
MultipleSelection	Однофакторный дисперсионный анализ можно провести в среде	SPSS Statistica MatLab Excel нет правильного ответа
SingleSelection	Какое условие применения метода прогнозирования по тренду нарушено, если исследователь прогнозирует показатели, характеризующие динамику национального рынка жилищного строительства по данным с 1960г. по 2020г.?	сопоставимость уровней ряда по территориальному принципу сопоставимость уровней ряда по критерию изменения внешней среды сопоставимость уровней ряда по критерию равенства временных интервалов (моментов) сопоставимость лет нет правильного ответа
SingleSelection	Какой метод сегментации рынка предусматривает двухуровневую (двухэтапную) сегментацию на макро и микро сегменты?	Метод Уинда и Кардозы Метод самоорганизующихся карт Кохоннена гнездовой подход Бенюма и Шапирс модель сегментации по выгодам Хейли Рассела нет правильного ответа

MultipleSelection	Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг включает	анализ факторов, влияющих на совокупный спрос и совокупное предложение анализ факторов, определяющих структуру совокупного спроса и предложения, характерных для отдельных рынков анализ рыночной конъюнктуры анализ динамики предложения на рынках
-------------------	---	--

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
MultipleSelection	Сегментацию отраслевого рынка можно проводить с использованием методов:	Кластерного анализа Аналитической группировки Корреляционно-регрессионного анализа Дисперсионного анализа Нет правильного ответа
SingleSelection	При однофакторном дисперсионном анализе величины спроса на продукцию фирмы, какой фактор нельзя использовать в качестве признака-фактора:	социальный статус сезон года вариант оформления упаковки душевой доход потребителей, рублей нет правильного ответа

Тема 3. Анализ внешней среды фирмы
Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов					
SingleSelection	Оценку качества подбора совокупности факторов в регрессионную модель прогноза проводят на основе:	<table border="1"> <tr><td>t – критерия Стьюдента</td></tr> <tr><td>R² – коэффициента множественной детерминации</td></tr> <tr><td>F – критерия Фишера</td></tr> <tr><td>χ²– критерия Пирсона (хи-квадрат)</td></tr> <tr><td>нет правильного ответа</td></tr> </table>	t – критерия Стьюдента	R ² – коэффициента множественной детерминации	F – критерия Фишера	χ ² – критерия Пирсона (хи-квадрат)	нет правильного ответа
t – критерия Стьюдента							
R ² – коэффициента множественной детерминации							
F – критерия Фишера							
χ ² – критерия Пирсона (хи-квадрат)							
нет правильного ответа							
SingleSelection	Исследователь получил данные (показатели деятельности) за 20XX год по торговым сетям г.Москвы: от первой независимой консалтинговой компании данные по 150 предприятиям, а от второй независимой консалтинговой компании – данные по 25000 предприятиям. Какое условие применения регрессионных моделей для прогнозирования необходимо проверить?	<table border="1"> <tr><td>чтобы малые предприятия находились в одинаковых условиях</td></tr> <tr><td>чтобы показатели были рассчитаны консалтинговыми компаниями по одинаковым методикам</td></tr> <tr><td>чтобы показатели были получены на одинаковую дату 20XX года</td></tr> <tr><td>нет правильного ответа</td></tr> </table>	чтобы малые предприятия находились в одинаковых условиях	чтобы показатели были рассчитаны консалтинговыми компаниями по одинаковым методикам	чтобы показатели были получены на одинаковую дату 20XX года	нет правильного ответа	
чтобы малые предприятия находились в одинаковых условиях							
чтобы показатели были рассчитаны консалтинговыми компаниями по одинаковым методикам							
чтобы показатели были получены на одинаковую дату 20XX года							
нет правильного ответа							
MultipleSelection	Каким образом можно закодировать фиктивную переменную: ответ “Да-Нет”?	<table border="1"> <tr><td>ответ “Да” – 10 ответ ” Нет” – 20</td></tr> <tr><td>ответ “Да” – 1 ответ ” Нет” – 1</td></tr> <tr><td>ответ “Да” – 0 ответ ” Нет” – 1</td></tr> <tr><td>нет правильного ответа</td></tr> </table>	ответ “Да” – 10 ответ ” Нет” – 20	ответ “Да” – 1 ответ ” Нет” – 1	ответ “Да” – 0 ответ ” Нет” – 1	нет правильного ответа	
ответ “Да” – 10 ответ ” Нет” – 20							
ответ “Да” – 1 ответ ” Нет” – 1							
ответ “Да” – 0 ответ ” Нет” – 1							
нет правильного ответа							
SingleSelection	Каким образом можно закодировать фиктивную переменную: пол “Мужской-Женский”?	<table border="1"> <tr><td>“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 2</td></tr> <tr><td>“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 0</td></tr> <tr><td>“ Мужской ” – 10 ” Женский ” – 20</td></tr> </table>	“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 2	“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 0	“ Мужской ” – 10 ” Женский ” – 20		
“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 2							
“ Мужской ” – 1 ” Женский ” – 0							
“ Мужской ” – 10 ” Женский ” – 20							

		нет правильного ответа					
MultipleSelection	Какие из факторов, определяющие спрос на туры в страны Средиземноморья, могут быть фиктивными переменными?	<table border="1"> <tr><td>среднемесячные доходы</td></tr> <tr><td>среднемесячные расходы</td></tr> <tr><td>рекомендации знакомых</td></tr> <tr><td>пол</td></tr> <tr><td>наличие собственного положительного опыта</td></tr> </table>	среднемесячные доходы	среднемесячные расходы	рекомендации знакомых	пол	наличие собственного положительного опыта
среднемесячные доходы							
среднемесячные расходы							
рекомендации знакомых							
пол							
наличие собственного положительного опыта							
MultipleSelection	Проверить гипотезу о достоверном влиянии факторов макросреды на результаты финансово-хозяйственной деятельности фирмы с высокой степенью вероятности, например 95% можно с использованием инструментов, реализованных в:	SPSS Statistica MatLab Excel нет правильного ответа					
MultipleSelection	Оценить качество подбора совокупности факторов в регрессионную модель прогноза можно с использованием инструментов, реализованных в:	SPSS Statistica MatLab Excel нет правильного ответа					

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
MultipleSelection	Перечислите матричные методы оценки конкурентной позиции фирмы на рынке:	БКГ Мак-Кинзи SWOT-анализ модель межотраслевого баланса нет правильного ответа

MultipleSelection	Перечислите методы , предназначенные для анализа конкуренции:	модель пяти сил конкуренции Портера корреляционно- регрессионный анализ индекс Герфиндаля- Хиршмана ABC-анализ нет правильного ответа
MultipleSelection	Перечислите методы , используемые для анализа потребительских предпочтений и потребителей:	корреляционно-регрессион модель портрета потреби кластерный анализ SWOT-анализ PEST (STEP)- анализ нет правильного ответа
SingleSelection	Какой класс методов можно использовать для достоверной количественной оценки влияния факторов макросреды на результаты финансово- хозяйственной деятельности фирмы с высокой степенью вероятности, например 95%?	Методы имитационного моделирования Методы корреляционно- регрессионного анализа Методы STEP (PEST)-анал Методы линейного программирования нет правильного ответа

Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
-------------	---------------	------------------

MultipleSelection	К методам маркетингового анализа внутренней среды фирмы относятся:	<p>ABC-анализ</p> <p>Теория массового обслуживания</p> <p>Проблемно-целевой анализ</p> <p>Имитационное моделирование</p>
MultipleSelection	Решить систему уравнений Колмогорова для оценки эффективности бизнес-процесса с помощью моделирования системы массового обслуживания можно с использованием инструментов, реализованных в:	<p>SPSS</p> <p>Statistica</p> <p>MatLab</p> <p>Excel</p> <p>нет правильного ответа</p>
MultipleSelection	Какие программные среды используются в изучаемой в курсе методике проверки эффективности проведенной рекламной компании?	<p>SPSS</p> <p>Statistica</p> <p>MatLab</p> <p>Excel</p> <p>нет правильного ответа</p>

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
MultipleSelection	Какие методические подходы используют для оценки эффективности маркетинга?	<p>система сбалансированных показателей</p> <p>инвестиционный подход</p> <p>семантический подход</p> <p>прагматический подход</p> <p>KPI (Key Performance Indicators) – ключевые показатели</p>

MultipleSelection	Какие из перечисленных моделей анализа используют для оценки эффективности маркетинга?	<p>модели анализа динамики основных показателей деятельности фирмы</p> <p>АВС-анализ</p> <p>TQM и модели мировых премий</p> <p>трехуровневая система сбалансированных показателей</p> <p>нет правильного ответа</p>
MultipleSelection	Какие из перечисленных методов и моделей используют для маркетингового анализа эффективности деятельности фирмы?	<p>модель “Воронка продаж”</p> <p>модель “Жизненный цикл товара (услуги)”</p> <p>имитационное моделирование</p> <p>теория массового обслуживания</p> <p>АВС-анализ</p>

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Задача 1 . Определить емкость рынка молочной продукции в Калининградской области методом прогнозирования по тренду. На основе данных по производству молока и молочной продукции в Калининградской области за последние 10 лет, потребления молока в регионе на душу населения, импорту молочной продукции в регион. В качестве источника данных можно использовать базу данных Росстата: www.gks.ru.

Расчеты проведите в Excel.

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Задача 2. Маркетинговый анализ рыночных тенденций и конъюнктуры на основе метода экспоненциального сглаживания

Примените статистический метод “экспоненциального сглаживания” для маркетингового анализа и прогнозирования рыночных тенденций на рынке электроэнергетики Калининградской области. Сделайте прогноз на январь 2021 года. Проверьте точность построенного прогноза по официальным данным.

В качестве базы для исследования предлагается использовать данные о работе ОАО «Калининградская генерирующая компания» за пять лет.

Исходные данные к работе

Таблица. Полезный отпуск электроэнергии в целом по ОАО «Калининградская генерирующая компания», кВтч

ГОД	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
2017	9177791	7509018	7433846	2462705	301055	266164	155622	209763	329355	484646	6143727	8920630
2018	11874268	9402026	5863891	27774	256545	232640	150731	196046	386459	506238	544869	10693773
2019	8258532	8422722	8422722	3646416	230794	229962	154359	210796	302998	1398207	6721965	8076956
2020	9378464	8338343	7741505	3010415	182267	30675	117805	196392	231836	1398253	163164	7867171

Решите вышеизложенную задачу в среде пакета STATISTICA, разработайте предложения в области сбытовой политики, представьте результаты в форме аналитического отчета и краткой презентации.

Тема 3. Анализ внешней среды фирмы

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Задача.

На рынке сетевого ритейла региона действуют 10 фирм.

Доля фирмы 1 составляет 25%, фирмы 2 – 14%, фирм 3, 4, 5, – по 7%, фирм 6, 7, 8, 9, 10 – по 3%

Требуется рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 10 фирм.

Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превысит 1800.

Задача.

Рассчитайте индекс деловой активности в строительной отрасли региона по результатам опроса девяти экспертов:

Оценка изменения	Эксперт (представитель строительной организации)								
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
I ₁ Численность занятых	+	+	+	+	+	+	+	+	+
I ₂ Обеспеченность организации заказами	=	=	=	=	=	+	+	=	=
I ₃ Число заключенных договоров (портфель заказов)	=	=	+	=	=	+	+	=	=
I ₄ Объем выполненных работ (физический)	=	+	=	+	+	+	+	=	+
I _{5.1} - цены на строительные материалы;	=	-	-	-	=	-	-	=	=
I _{5.2} - цены на строительно-монтажные работы;	=	=	+	=	+	=	+	=	=
I _{5.3} - цены на оборудование.	=	=	=	=	=	=	-	=	=
I _{6.1} Собственные финансовые средства	+	=	-	+	=	=	=	-	+
I _{6.2} Кредитные и заемные средства	+	=	+	=	=	+	+	=	+

Расчет проведите на основе частных диффузионных индексов

<p>$PM_{\text{Строительство}} = a_1 * I_1 + a_2 * I_2 + a_3 * I_3 + a_4 * I_4 + a_5 * I_5 + a_6 * I_6,$</p> <p>где a_i – весовые коэффициенты (таблица 1), значения, которых получены экспертным путем с использованием методики оценки согласованности мнений экспертов,</p> <p>I_1 - изменения численности занятых в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p> <p>I_2 - изменения числа заключенных договоров (портфель заказов) в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p> <p>I_3 - изменения обеспеченности организации заказами в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p> <p>I_4 - изменения объема выполненных работ (физический) в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p> <p>I_5 - изменения цен в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p> <p>I_6 - изменения обеспеченность финансовыми ресурсами в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом (таблица 2)</p>
--

Таблица 1 –Весовые коэффициенты $a_1, a_2, a_3, a_4, a_5, a_6$ для расчета Индекса РМІстроительство (согласованное мнение экспертов)		
Показатель	Обозначение	Вес показателя в индексе РМІстроительство
1. Численность занятых	a_1	0,1
2. Число заключенных договоров (портфель заказов)	a_2	0,1
3. Обеспеченность Вашей организации заказами	a_3	0,1
4. Объем выполненных работ (физический)	a_4	0,3
5. Цены	a_5	0,2
6. Обеспеченность финансовыми ресурсами	a_6	0,2
Сумма весов	X	1

Таблица 3 - Весовые коэффициенты по диффузионному индексу цен (согласованное мнение экспертов)

Цены	Вес показателя в диффузионном индексе Цены
на строительные материалы	0,5
на строительномонтажные работы	0,3
на оборудование	0,2
Сумма весов	1

Таблица 4 - Весовые коэффициенты по диффузионному индексу финансовые ресурсы (согласованное мнение экспертов)

Финансовые ресурсы	Вес показателя в диффузионном индексе Финансовые ресурсы
Собственные финансовые средства;	0,4
Кредитные и заемные средства	0,6
Сумма весов	1

По результатам расчетов сделайте выводы.

Справочно:

При кодировании данных экспертного опроса использовалась шкала

Ухудшение	Без изменений	Улучшение
-	=	+

Задача. Маркетинговый анализ потребителей, поставщиков, конкурентов, контактных аудиторий на основе корреляционно-регрессионного моделирования их портретов

Используя данные анкетирования 120 покупателей магазина одной из торговых сетей г.Калининграда, требуется построить девятифакторную линейную регрессионную модель потребителя с фиктивными переменными.

Исходные данные для моделирования: зависимость величины среднего чека (Y) от возраста покупателя (X1); его пола (X2); состоит ли покупатель в браке или нет (X3); близости расположения магазина (X4); душевого дохода семьи (X5); размера семьи (X6); регулярности покупок (X7), уровня цен (X8); эффективности рекламной политики магазина (X9). Введем фиктивные переменные согласно обозначениям таблицы 1. Данные для моделирования представлены в таблице 2.

Необходимо дать смысловую интерпретацию полученной модели потребителя. На базе модели требуется спрогнозировать размер чека для холостого мужчины 30 лет с уровнем дохода 45000 рублей в месяц, регулярно посещающего магазин, проживающего в шаговой доступности и следящего за акциями и сформулировать

маркетинговые мероприятия по увеличению среднего чека данной категории покупателей.

Источник данных: исследование потребителей магазина одной из торговых сетей г.Калининграда

Таблица 1. Показатели для моделирования

Обозначение показателя в модели	Наименование	Единицы измерения
X_1	Возраст	Количество лет
X_2	Пол	1-женщина, 0-мужчина
X_3	Брак	1-состоит, 0-иначе
X_4	Причина обращения	1-близость к дому, 0-иначе
X_5	Душевой доход семьи (мес.)	Денежные единицы, руб.
X_6	Размер семьи	Кол-во людей в семье
X_7	Делает ли клиент покупки часто	1-постоянно, 0-иначе
X_8	Причина обращения	1-низкие цены, 0-иначе
X_9	Причина обращения	1-реклама, 0-иначе
Y	Средний чек	Денежные единицы, руб.

Таблица 2. Исходные данные к работе

Клиенты	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
1	1100	38	1	1	1	10000	4	1	1	0
2	800	23	1	0	0	12000	2	1	1	0
3	1200	29	0	0	1	20000	1	1	0	0
4	1500	42	0	1	1	13300	3	1	1	0
5	500	19	0	0	0	12000	1	0	0	0
120	1400	27	0	1	1	20000	2	1	1	0

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Решите вышеизложенную задачу в среде пакета STATISTICA, разработайте систему рекомендаций в области комплекса маркетинга, представьте результаты в форме аналитического отчета и краткой презентации

Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Задача. На основе предложенных данных по ассортименту предприятия розничной торговли строительными материалами (по месяцам за два последних года) провести методом ABC-анализа, исследование наиболее и наименее перспективных товарных групп в соответствии с методикой метода. Анализ следует провести не менее чем за два временных периода (месяца, квартала, года), период можно корректировать в большую сторону, если это необходимо для повышения достоверности результата. Обосновать полученные результаты. уточнить результаты ABC-анализа с помощью XYZ-анализа, получив распределение номенклатуры товаров, по степени оборачиваемости. Так в группу X — попадают товары, характеризующиеся стабильным потреблением и достаточно высокими возможностями прогнозирования. Группу Y — составляют товары, с известными сезонными колебаниями, ну и в группу Z — попадают товары, с нерегулярным потреблением, без ярко выраженных сезонных или других тенденций и также характеризующиеся слабой точностью прогнозирования. Сформулировать предложения по совершенствованию товарного ассортимента и сформулировать положения товарной политики компании. Обосновать полученные выводы. Все таблицы и расчеты должны быть представлены в отчете. В конце отчета представить список использованных источников.

Задача. Маркетинговый анализ эффективности функционирования фирмы на основе моделирования ее работы как системы массового обслуживания ”.

В мужском зале салона-парикмахерской работает 3 мужских мастера. Производительность труда мужского мастера составляет в среднем 3 клиента в час. В среднем в салон приходит 10 мужчин в час. В зале имеется три кресла для ожидания в очереди. Средний чек составляет 370 рублей. Издержки работы одного мастера составляют в среднем 500 рублей в час.

Смоделируйте работу мужского зала салона-парикмахерской как многоканальной системы массового обслуживания с ограниченной очередью в среде пакета в MATLAB™.

Проанализируйте значения стационарных вероятностей моделируемой СМО и показателей эффективности работы салона для уточнения возможных маркетинговых путей повышения эффективности его работы.

ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
------	--

Задача. На основе представленных статистических данных проведенной маркетинговой Интернет-кампании по продвижению продукции предприятия на национальном рынке, разработайте систему оценки эффективности кампании и дайте ее количественную оценку.

Задача. Маркетинговый анализ спроса на продукцию (работы, услуги) фирмы и эффективности маркетинговых усилий на основе однофакторного дисперсионного анализа.”

По имеющимся данным маркетингового отдела сети продуктовых магазинов, установите существенно ли влияние величину покупки клиента (признак-результат, характеризующий спрос) форма проведения акции (признак-фактор, влияющий на спрос) с вероятностью 95%. Список из 100 клиентов, попавших в выборку по каждому варианту акции, был составлен маркетологом торговой организации случайным образом.

Маркетинговый анализ проведите методом однофакторного дисперсионного анализа. Сделайте вывод о том, одинакова ли эффективность воздействия на клиентов всех четырех форм проведения акции или нет, в последнем случае, определите, какая форма проведения акции наиболее эффективна.

Исходные данные к работе

№ п/п	Размер чека при акции №1 (акционные товары – молочные продукты питания), рублей	Размер чека при акции №2 (акционные товары – хлебо-булочные и кондитерские изделия), рублей	Размер чека при акции №3 (акционные товары – мясо и мясные изделия), рублей	Размер чека при акции №4 (акционные товары – фрукты и овощи), рублей
1.	678	237	780	230
2.	900	567	340	670
3.	450	890	245	800
4.	145	300	172	345
5.	678	456	679	560
6.	890	1457	800	580
7.	760	324	1259	670
8.	670	678	1580	1250

9.	1250	900	400	800
10.	800	450	3120	500
11.	245	345	2080	590
12.	122	234	3049	690
13.	679	145	2845	670

99	1220	1250	3120	500
100	245	800	2080	590

ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
-------	---

Решите вышеизложенную задачу в среде пакета STATISTICA, представьте результаты в форме аналитического отчета и краткой презентации

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы курсовых работ и презентаций

В течение семестра студенты выполняют курсовую работу по тематике, приведенной ниже.

Курсовая работа – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания курсовой работы – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании курсовой работы необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;

- осветить основные положения темы курсовой работы;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить исходные данные, расчеты по теме исследования.

Объем курсовой работы может достигать 35-50 стр. Подготовка курсовой работы подразумевает самостоятельное изучение студентом не менее 10 литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, в том числе и не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала, краткое его изложение, сбор и подготовку статистических данных для анализа, проведение статистического анализа собранных данных, а также получение результатов и выводы по итогам проведенного исследования.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании курсовой работы необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план работы, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, приложение (таблицы, рисунки и др.) в) курсовая работа должна быть преимущественно аналитического характера и включать расчетную часть, работы описательного характера по дисциплине не принимаются к защите. Оформленная в письменном виде курсовая работа сдается на проверку ведущему преподавателю в установленном порядке. В частности, электронный вариант работы прикрепляется в lms-3.kantiana.ru установленные дедлайном сроки для проверки оригинальности текста. Проверенная работа либо допускается к защите, либо возвращается студенту на доработку для устранения замечаний. Допущенная к защите работа возвращается студенту для подготовки презентации. Защита курсовой работы проводится в форме презентации.

Тема 2. Анализ рынков промышленных и потребительских товаров и услуг.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

--	--

1. Особенности маркетингового анализа промышленного рынка (на примере конкретного рынка по выбору студента)
2. Особенности маркетингового анализа рынка потребительских товаров (на примере конкретного рынка по выбору студента)
3. Особенности маркетингового анализа рынка услуг (на примере конкретного рынка по выбору студента)
4. Маркетинговый анализ рынка одежды и обуви (на примере конкретного региона)
5. Маркетинговый анализ рынка продуктов питания (на примере конкретного региона, территории)
6. Маркетинговый анализ рынка бытовой техники (на примере конкретного региона, территории)
7. Маркетинговый анализ рынка автомобилей (на примере конкретного региона)
8. Маркетинговый анализ рынка туристических услуг (на примере конкретного региона, территории)
9. Маркетинговый анализ рынка общественного питания (на примере конкретного региона)
10. Маркетинговый анализ рынка сферы гостеприимства (на примере конкретного региона, территории)
11. Маркетинговый анализ сельскохозяйственного рынка (на примере конкретного региона, территории)
12. Маркетинговый анализ рынка индустрии развлечений (на примере конкретного региона, территории)
13. Маркетинговый анализ рыночных сегментов (на примере конкретного рынка по выбору студента)
14. Маркетинговый анализ рынка транспортных услуг (на примере конкретного региона. Вид транспорта – по выбору студента)
15. Маркетинговый анализ рынка услуг связи (на примере конкретного региона, территории)
16. Маркетинговый анализ рынка строительных услуг (на примере конкретного региона, территории)
17. Маркетинговый анализ рынка недвижимости (на примере конкретного региона, территории)
18. Маркетинговый анализ рынка услуг здравоохранения (на примере конкретного региона, территории)
19. Маркетинговый анализ рынка образовательных услуг (на примере конкретного региона, территории)

Тема 3. Анализ внешней среды фирмы

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового

	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
--	---

1. Маркетинговый анализ внешней среды фирмы (на примере конкретной фирмы)
2. Комплексный маркетинговый анализ среды предприятия сферы обращения (на примере конкретной фирмы)
3. Комплексный маркетинговый анализ среды предприятия сферы услуг (на примере конкретной фирмы)
4. Комплексный маркетинговый анализ среды промышленного предприятия (на примере конкретной фирмы)
5. Комплексный маркетинговый анализ среды сельскохозяйственного предприятия (на примере конкретной фирмы)
6. Маркетинговый анализ конкурентов фирмы (на примере конкретной фирмы)
7. Маркетинговый анализ клиентов фирмы (на примере конкретной фирмы)
8. Маркетинговый анализ поставщиков фирмы (на примере конкретной фирмы)
9. Маркетинговый анализ спроса на продукцию (работы, услуги) фирмы (на примере конкретной фирмы)
10. Маркетинговый анализ рыночного предложения продукции (работ, услуг) (на примере конкретной продукции (работ, услуг) по выбору студента)
11. Анализ потребительских настроений на рынке (на примере конкретного рынка товаров или услуг)
12. Портрет потребителя продукции (работ, услуг) (на примере конкретной продукции (работ, услуг) по выбору студента)
13. Анализ деловой активности на рынке (на примере конкретного рынка товаров или услуг по выбору студента)

Тема 4. Анализ внутренней среды фирмы и эффективности маркетинговой деятельности предприятия, инвестиций в маркетинг.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

1. Маркетинговый анализ внутренней среды фирмы (на примере конкретной фирмы)
2. Маркетинговый анализ конкурентоспособности фирмы (на примере конкретной фирмы)
3. Маркетинговый анализ конкурентоспособности продукции (работ, услуг) фирмы (на примере конкретной фирмы)
4. Маркетинговый анализ маркетинговой политики фирмы (на примере конкретной фирмы)
5. Маркетинговый анализ маркетинговой стратегии фирмы (на примере

- конкретной фирмы)
6. Маркетинговый анализ эффективности маркетинговых усилий фирмы (на примере конкретной фирмы)
 7. Маркетинговый анализ товарной политики фирмы (на примере конкретной фирмы)
 8. Маркетинговый анализ сбытовой политики фирмы (на примере конкретной фирмы)
 9. Маркетинговый анализ коммуникационной политики фирмы (на примере конкретной фирмы)
 10. Маркетинговый анализ ценовой политики фирмы (на примере конкретной фирмы)

Тема курсовой работы также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы курсовых работ согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов	Только ответы	Ответы на	Ответы на	Нет ответов на

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
на вопросы	на элементарные вопросы	вопросы полные и/или частично полные	вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания курсовой работы

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании курсовой работы

Критерии	Показатели
Новизна текста курсовой работы	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений и расчетов.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме курсовой работы; - соответствие содержания теме и плану курсовой работы; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения, расчеты и выводы.

Критерии	Показатели
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему курсовой работы; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **дифференцированный зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы для подготовки к зачету с оценкой предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ПК-1	Способен осуществлять технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Вопросы к дифференцированному зачету:

1. Методология комплексного анализа маркетинговой деятельности.
2. История становления и развития маркетингового анализа, методов маркетингового анализа.
3. Оценка места и роли маркетингового анализа в методологии комплексного экономического анализа деятельности фирмы.
4. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о рынке, структуре и динамике спроса: сущность, задачи.
5. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о рынке, структуре и динамике спроса: последовательность действий.
6. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о рынке, структуре и динамике спроса: практические результаты.
7. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о деятельности фирмы: сущность, задачи.
8. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о деятельности фирмы: последовательность действий.
9. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ информации о деятельности фирмы: практические результаты.
10. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз объема продаж по каждому виду продукции: сущность, задачи.
11. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз объема продаж по каждому виду продукции: последовательность действий.
12. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз объема продаж по каждому виду продукции: практические результаты.
13. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ эффективности инвестиций в маркетинг и маркетинговой деятельности: сущность, задачи.
14. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ эффективности инвестиций в маркетинг и маркетинговой деятельности: последовательность действий.
15. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ эффективности инвестиций в маркетинг и маркетинговой деятельности: практические результаты.
16. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз прибыльности фирмы: сущность, задачи.
17. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз прибыльности фирмы: последовательность действий.
18. Этапы комплексного маркетингового анализа. Анализ и прогноз прибыльности фирмы: практические результаты.
19. Этапы комплексного маркетингового анализа. Выработка на основе анализа предложений по стратегии фирмы: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты.
20. Этапы комплексного маркетингового анализа. Представление результатов комплексного маркетингового анализа: сущность, задачи, последовательность действий, практические результаты.
21. Основные внутрифирменные документы, разрабатываемые по итогам проведения комплексного маркетингового анализа.
22. Классификация методов маркетингового анализа. Метод группировок, метод сравнения в маркетинговом анализе.
23. Классификация методов маркетингового анализа. Статистические и эконометрические методы в маркетинговом анализе.
24. Классификация методов маркетингового анализа. Факторный анализ в маркетинговом анализе.
25. Классификация методов маркетингового анализа. Экспертные методы в маркетинговом анализе.

26. Классификация методов маркетингового анализа. Методы анализа среды (SWOT-анализ, SNW-анализ сильных, нейтральных и слабых сторон фирмы).
27. Классификация методов маркетингового анализа. Методы анализа среды (PEST (STEP)- анализ).
28. Классификация методов маркетингового анализа. ABC-анализ ассортимента.
29. Классификация методов маркетингового анализа. Методы портфельного анализа (матрица БКГ "рост-доля рынка").
30. Классификация методов маркетингового анализа. Методы портфельного анализа (матрица Мак Кинси "привлекательность, конкурентоспособность").
31. Методические подходы к анализу конкурентоспособности фирмы, продукта (услуги).
32. Методические подходы к анализу конкурентоспособности продукта (услуги).
33. Моделирование в анализе маркетинговой деятельности.
34. Классификация моделей анализа маркетинга.
35. Методический подход к совместному анализу результатов аудита внешней и внутренней среды маркетинга фирмы.
36. Сравнительная характеристика количественных и качественных методов маркетингового анализа.
37. Особенности анализа информации о рынках промышленных товаров, структуре рынков.
38. Особенности анализа информации о рынках потребительских товаров , структуре рынков.
39. Особенности анализа информации о рынках услуг, структуре рынков.
40. Методы маркетингового анализа рынков (метод группировок).
41. Методы маркетингового анализа рынков (метод сравнения).
42. Методы маркетингового анализа рынков (статистические методы).
43. Методы маркетингового анализа рынков (эконометрические методы).
44. Методы маркетингового анализа рынков (экспертные методы).
45. Методы маркетингового анализа рынков (анализ результатов качественных исследований – фокус-группы и глубинного интервью).
46. Анализ динамики производства товаров (услуг) и потребительского спроса на рынках.
47. Оценка потенциальной емкости рынка.
48. Системный анализ потенциала производства на рынках потребительских товаров .
49. Системный анализ потенциала производства на рынках промышленных товаров.
50. Системный анализ потенциала производства на рынках услуг.
51. Прогнозирование объемов продаж товаров и услуг промышленного назначения.
52. Прогнозирование объемов продаж товаров и услуг населению.
53. Прогнозирование спроса на товары и услуги промышленного назначения.
54. Прогнозирование спроса на товары и услуги населению.
55. Анализ рыночных сегментов рынков промышленных товаров.
56. Анализ рыночных сегментов рынков потребительских товаров .
57. Анализ рыночных сегментов рынков услуг.
58. Анализ и прогноз динамики рынков методами статистического анализа и прогнозирования в среде пакета Excel
59. Моделирование потребительского спроса эконометрическими методами в среде пакета Statistica
60. Особенности применения специализированных программных средств и современных информационных технологий в маркетинговом анализе рынков.
61. Концепция анализа внешней среды фирмы: сущность, задачи.
62. Концепция анализа внешней среды фирмы: последовательность действий, практические результаты.

63. Методы анализа внешней среды фирмы (экспертные методы: особенности применения).
64. Методы анализа внешней среды фирмы (стратегические методы анализа среды: особенности применения).
65. Источники информации для стратегического анализа внешней среды фирмы.
66. Методические подходы к оценке влияния факторов внешней среды на результаты деятельности фирмы.
67. Методические подходы к анализу рисков.
68. Методы и источники получения информации о конкурентах.
69. Методы и источники получения информации о поставщиках.
70. Методы и источники получения информации о потребителях.
71. Методы легендированных (засекреченных) опросов корпоративных потребителей и конкурентов.
72. Приемы стимулирования респондентов к участию в аудите среды фирмы.
73. Анализ конкурентоспособности производителей продукции (услуг).
74. Анализ стратегий конкурентов.
75. Моделирование портрета потребителя.
76. Анализ уровня лояльности потребителей.
77. Выявление неудовлетворенного покупательского спроса.
78. Методические подходы к оценке и выбору поставщиков.
79. Концепция анализа внутренней среды фирмы: сущность, задачи.
80. Концепция анализа внутренней среды фирмы: последовательность действий, практические результаты.
81. Внутрифирменная информация, необходимая для проведения эффективного аудита маркетинга.
82. Методы анализа внутренней среды (экспертные методы).
83. Методы анализа внутренней среды (SWOT и SNW-анализ сильных, нейтральных и слабых сторон фирмы).
84. Методы анализа внутренней среды (портфельный анализ).
85. Методы анализа внутренней среды (функционально-стоимостной анализ).
86. Методы анализа внутренней среды (факторный анализ).
87. Оценка устойчивости и рыночного потенциала компании; целей и ресурсов предприятия.
88. Анализ действующей маркетинговой стратегии фирмы.
89. Анализ действующей организационной схемы управления маркетингом.
90. Проблемно-целевой анализ действующей системы маркетинга.
91. Анализ функциональных составляющих маркетинга: аналитической функции маркетинга (сбор и анализ информации)
92. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (ABC-анализ ассортимента).
93. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (Модель жизненного цикла товара)
94. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (Анализ свойств продукции (услуги)).
95. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (Моделирование и прогнозирование потребительского спроса на продукцию (услугу) фирмы.)
96. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (Анализ конкурентоспособности продукции (услуги)).
97. Анализ функциональных составляющих маркетинга: производственной функции маркетинга (Перспективы разработки новых продуктов)
98. Анализ функциональных составляющих маркетинга: сбытовой функции

- маркетинга (Анализ системы распределения и товародвижения).
99. Анализ функциональных составляющих маркетинга: сбытовой функции маркетинга (Анализ эффективности каналов сбыта продукции (услуги)).
 100. Анализ функциональных составляющих маркетинга: сбытовой функции маркетинга (Анализ системы ценообразования. Модель анализа ценообразования на товар (услугу). Модель расчета цены на товар (услугу).
 101. Анализ функциональных составляющих маркетинга: сбытовой функции маркетинга (Анализ системы продвижения).
 102. Анализ функциональных составляющих маркетинга: сбытовой функции маркетинга (Анализ комплекса средств рекламы).
 103. Основные методы аудита управления продажами
 104. Анализ уровня обслуживания потребителей
 105. Количественные и качественные методы анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия и рекламы. Статистические методы.
 106. Количественные и качественные методы анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия и рекламы Методы финансово-экономического анализа.
 107. Количественные и качественные методы анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия и рекламы. Методы инвестиционного анализа.
 108. Количественные и качественные методы анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия и рекламы. Методы экспертные методы.
 109. Количественные и качественные методы анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия и рекламы. Опросные методы.
 110. Показатели эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
 111. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (наружной рекламы).
 112. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (транзитной рекламы).
 113. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (рекламы на радио).
 114. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (рекламы на телевидении).
 115. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (рекламы в печатных СМИ).
 116. Подходы к оценке эффективности различных рекламных каналов (Интернет-рекламы).
 117. Система показателей рентабельности инвестиций в маркетинг.
 118. Процедура измерения результатов. Ошибки измерения.
 119. Управление рентабельностью инвестиций в маркетинг на уровне фирмы.
 120. Управление рентабельностью инвестиций в маркетинг на уровне потребителя продукции (услуг) фирмы.
 121. Управление рентабельностью инвестиций в маркетинг на уровне маркетинговой кампании.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в

системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Дифференцированный зачет может проводиться как в форме собеседования по курсу, так и в форме тестирования в электронной среде lms-3.kantiana.ru. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается решение задач, выполнение тестов, контролируемой самостоятельной работы в среде lms-3.kantiana.ru с учетом установленных в системе дедлайнов.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Промежуточный контроль проводится в форме электронного тестирования по всем темам дисциплины, при этом используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическая взвешенная всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Весовые коэффициенты для получения итогового рейтинга по дисциплине (дифференцированный зачет)

	Тестирование	Решение задач и контролируемая самостоятельная работа	Промежуточный контроль (дифференцированный зачет)
вес	0,1	0,3	0,6

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1.Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453776> ,

7.2. Дополнительная учебная литература

1.Лукьянова, Н. Ю. Маркетинговое прогнозирование: учеб. для бакалавров/ Н. Ю. Лукьянова; Балт. федер. ун-т им. И. Канта. - Казань: Бук, 2017. - 191 с.: ил., табл. - Библиогр.: с. 169-173 (63 назв.). - ISBN 978-5-906873-82-8: Имеются экземпляры в отделах всего 16: УБ(14), ч.з.N5(1), ИБО(1)

2. Лукьянова, Н. Ю. Статистический анализ данных с использованием компьютера: учеб. пособие/ Н. Ю. Лукьянова; Калинингр. гос. ун-т. - Калининград: Изд-во КГУ, 2001. - 88 с. - Библиогр.: с. 78. - ISBN 5-88874-220-1: Имеются экземпляры в отделах всего 178: УБ(176), ч.з.N5(1), ИБО(1)

3. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под редакцией Л. С. Латышовой. — Москва : Дашков и К, 2018. — 142 с. — ISBN 978-5-394-03038-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110741>

4. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 268 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/411513>

7.3. Для самостоятельной работы

1.Афанасьев В. Н., Юзбашев М. М.

Анализ временных рядов и прогнозирование учеб. для вузов/ В. Н. Афанасьев, М. М. Юзбашев. - [2-е изд., перераб. и доп.]. - М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2012. - 317, [1] с.: ил. - Библиогр.: с. 301-302 (24 назв.). - Библиогр. в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-279-03400-0. - ISBN 978-5-16-004248-0 ,

2.Галицкий, Е. Б.

Маркетинговые исследования: учеб. для магистров/ Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва: Юрайт, 2012. - 540 с.: ил. - (Магистр). - Библиогр.: с. 538-540 (32 назв.). - ISBN 978-5-9916-1537-2:

3.Афонин, В. В.

Моделирование систем: учеб.-практ. пособие для вузов/ В. В. Афонин, С. А. Федосин. - М.: БИНОМ. Лаб. знаний: Интернет-Ун-т Информ. Технологий, 2012. - 231 с.: рис.. - (Основы информационных технологий). - Библиогр.: с. 230-231 (21 назв.). - ISBN 978-5-9963-0352-6: ,

4.Белер, Г.

Методы исследования рынка/ Геймо Белер; [пер. с нем. В. М. Бирюкова и С. С. Димитрова, науч. ред. О. С. Абрамовой]. - Харьков: Гуманитар. Центр, 2013. - 294, [1] с.: ил. -Пер.изд.: Bohler Marktforschung. - Библиогр.: с. 290-294 и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-966-8324-91-8: ,

5.Литвак Б.Г.

Экспертные технологии в управлении. / Б. Г. Литвак; Акад. нар. хоз-ва при правительстве РФ. - М.: Дело, 2004. - 399 с. - Библиогр. в конце разд. . - ISBN 5-7749-0347-8: ,

6.Ойнер, О. К.

Управление результативностью маркетинга: учеб. для магистров : для вузов/ О. К. Ойнер; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - М.: Юрайт, 2012. - 343 с.: ил. - (Учебники НИУ ВШЭ). - (Учебник лучшей программы по маркетингу в России). - (Магистр). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-1523-5: ,

7.Рыжикова, Т. Н.

Аналитический маркетинг. Что должен знать маркетинговый аналитик: учеб. пособие для вузов/ Т. Н. Рыжикова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 287, [1] с.: табл., ил.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 280-286 (166 назв.). - ISBN 978-5-16-005383-7. -ISBN 978-5-16-100661-0:

8. Казакова, Н. А.

Маркетинговый анализ: учеб. пособие для вузов/ Н. А. Казакова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 239, [1] с.: рис., табл.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 235-236 (36 назв.). - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-16-005220-5: Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

Свободны / free: ч.з.N5(1)

7.4. Нормативные документы

1. Федеральный закон 28 июня 2014 года N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" (с изм. от 18 июля 2019 года N 183-ФЗ)
2. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от от 30.12.2020) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2020 N 530-ФЗ)
3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 22.12.2020) "О защите конкуренции" (с изм. внесенными Федеральным законом от 18.07.2009 N 181-ФЗ)
4. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. N 147-ФЗ "О естественных монополиях" (с изменениями и дополнениями, в редот 29.07.2017 N 279-ФЗ) и другие

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Росстата (<http://www.gks.ru>)
2. Официальный сайт Калининградстата (<https://kaliningrad.gks.ru/>)
3. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
4. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
5. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

9.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями).

Для полноценного освоения дисциплины “Маркетинговый анализ” студентам рекомендуется придерживаться следующего подхода:

1. До начала учебного процесса следует самостоятельно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, методическими рекомендациями по самостоятельной работе студентов по дисциплине, размещенными в СДО (lms-3.kantiana.ru).
2. Во время первого лекционного занятия студентам предлагается обсудить с ведущим преподавателем все возникшие организационные вопросы.
3. До начала изучения каждой темы студентам предлагается предварительно знакомиться с рекомендуемой литературой по теме.
4. Во время проведения интерактивных лекционных занятий по теме рекомендуется принимать активное участие в обсуждении проблемных вопросов, поставленных ведущим преподавателем.
5. Перед проведением практических занятий по теме студентам предлагается самостоятельное повторение, пройденного на лекционном занятии материала, а также самостоятельное углубленное изучение теоретических вопросов по теме, вынесенных на

самостоятельное изучение (смотри пункт Тематика самостоятельных работ), а после проведения практических занятий по теме - контрольных вопросов (смотри Вопросы для контроля).

6. Во время проведения практических (лабораторных) занятий по теме в компьютерной аудитории института рекомендуется принимать активное участие в решении конкретных задач, поставленных ведущим преподавателем.

7. В течение учебного семестра во время практических занятий проводятся тестирования с использованием портала lms-3.kantiana.ru. Если студент по каким-либо причинам не прошел тестирование во время занятий, он может это сделать до закрытия тестирования (дедлайна). Другой возможности пройти контрольное тестирование студентам не предоставляется.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Студентам рекомендуется в течение учебного семестра самостоятельно, регулярно отслеживать “дедлайны” назначенных к выполнению заданий (тестов), своевременно прикреплять выполненные задания в lms-3.kantiana.ru, отслеживать количество полученных баллов по дисциплине, решать с ведущим преподавателем все возникшие организационные вопросы на аудиторных занятиях или в часы консультаций.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке курсовой работы

Алгоритм написания и защиты курсовой работы

Курсовая работа - письменная работа объемом 30-45 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (в течение модуля). В течение семестра студенты выполняют курсовую работу индивидуально по тематике, приведенной в разделе рабочей программы дисциплины.

1. Подготовка к написанию курсовой работы

1. Выбор темы и её осмысление

2. Сбор информации

3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно:
строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения "я".
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание курсовой работы

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;
- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательна печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;
- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.
- общий объем курсовой работы не более 50 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае курсовая работа должна состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

Обоснование выбора темы курсовой работы; цель работы, описание задач, решаемых в данной курсовой работе; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора курсовой работы требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании курсовой работы.

Введение заканчивается словами: "Курсовая работа состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть курсовой работы». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме курсовой работы. Основная часть курсовой работы может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части курсовой работы согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении курсовой работы должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты курсовой работы и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над исследованием необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите курсовой работы.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашей курсовой работы, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с

этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.

5. Правильность используемой терминологии.

6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.

7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.

8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.

10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)

11. Работа всех ссылок.

12. Единый стиль оформления всех слайдов.

13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.

14. Целесообразно использование эффектов анимации.

15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
 - 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
 - 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
 - 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
 - 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.
- На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.
На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
 - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Программа STATISTICA

Программа MatLab

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения практических занятий и тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Математика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«МАТЕМАТИКА».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий	6
4.3. Тематика самостоятельных работ	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.3.1 Тестовые задания	13
6.3.2 Задачи.....	18
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	23
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	26
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
7.1. Основная учебная литература	27
7.2. Дополнительная учебная литература	28
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	30
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	30

Наименование дисциплины (модуля)

«МАТЕМАТИКА»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Математика» является изучение студентами математического аппарата и формирование у них навыков, необходимых для усвоения общенаучных и специальных дисциплин, воспитание достаточно высокой математической культуры. Математическая культура включает в себя ясное понимание необходимости математического образования в общей подготовке бакалавра, в том числе выработку представления о роли и месте математики в современной цивилизации.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: фундаментальные математические объекты, использующиеся при формулировании базовых экономических понятий	ОПК-2	способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: использовать основные математические алгоритмы и методы к решению задач экономико-финансового характера		
Владеть: навыками ретрансляции фундаментальных экономических закономерностей, выраженных в виде абстрактных математических структур на различные области знания с целью установления изоморфных соотношений		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «математика» представляет собой дисциплину базовой части (Б1.О.05) профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Управление персоналом».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	-	Математика	Теория вероятностей и математическая статистика Статистика Финансовый менеджмент Бухгалтерский учет Экономическая безопасность

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
			Маркетинг Маркетинговые исследования Маркетинговый анализ Поведение потребителей Маркетингово-консультирование

Дисциплина изучается: на 1 курсе в 1 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	68,35
Самостоятельная работа	219,65
Часов, всего	288
Зачетных единиц, всего	8

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация

		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа
1. Линейная алгебра	36,5	8	12	2	14	0,5		
2. Векторная алгебра	34,5	4	12	2	16	0,5		
3. Аналитическая геометрия в пространстве R_2	30,5	2	12	2	14	0,5		
4. Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении	31,5	1	12	2	16	0,5		
5. Введение в математический анализ	43,5	5	14	8	16	0,5		
6. Дифференциальное исчисление	47,5	10	12	10	15	0,5		
7. Интегральное исчисление	31,5	1	12	4	14	0,5		
8. Обыкновенные дифференциальные уравнения	31,5	1	14	2	14	0,5		
Итого	288	32	100	32	119	4	0,35	0,65
Контактная работа	68,35	32		32		4	0,35	
Самостоятельная работа	219,75		100		119			0,65
Промежуточная аттестация	экзамен							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Линейная алгебра	Понятие матрицы. Детерминанты матрицы n -ого порядка, минор матрицы. Свойства определителей матрицы произвольного порядка, определитель произведения матриц, обратная матрица. Системы линейных уравнений произвольного порядка. Метод Крамера, матричный метод и метод Гаусса для решения систем линейных уравнений. Понятие матрицы социальных счетов. Задача балансировки матрицы социальных счетов.
2.	Векторная алгебра	Понятие вектора и линейных операций над векторами. Линейно-зависимые и линейно-независимые системы векторов. Базис. Ортонормированный базис. Связь между

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		линейно независимыми векторами и моделью Леонтьева многоотраслевой экономики. Скалярное произведения векторов и их свойства. Приложение скалярного произведения векторов к вычислению производственных показателей.
3.	Аналитическая геометрия в пространстве R_2	Декартова система координат на плоскости. Алгебраические линии первого порядка: виды уравнения прямой, взаимное расположение прямых, угол между прямыми, расстояние точки от прямой.
4.	Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении	Экономические задачи, сводящиеся к системам линейных уравнений. Модель «затраты – выпуск».
5.	Введение в математический анализ	Множество вещественных чисел. Понятие комплексного числа. Функция, способы задания функции, сложная функция, элементарные функции. Предел переменной величины, предел функции. Бесконечно малые и бесконечно большие величины. Свойства пределов, замечательные пределы. Задача о сложном проценте. Непрерывность функции в точке и на промежутке, основные свойства непрерывных функций, точки разрыва.
6.	Дифференциальное исчисление	Производная, её геометрический и механический смысл. Основные правила и основные формулы нахождения производных. Дифференциал и его геометрический смысл, свойства дифференциала. Функции, заданные параметрически, их дифференцирование. Производные и дифференциалы высших порядков. Основные теоремы дифференциального исчисления, правило Лопиталя. Условия возрастания и убывания функции, экстремумы, выпуклость и вогнутость, точки перегиба. Асимптоты графика функции. Общая схема исследования функции и построения графика.
7.	Интегральное исчисление	Первообразная. Неопределённый интеграл, его свойства. Таблица основных формул интегрирования. Непосредственное интегрирование, интегрирование по частям и подстановкой.
8.	Обыкновенные дифференциальные уравнения	Дифференциальные уравнения первого порядка, задача Коши, общее и частное решение. Интегрирование простейших типов дифференциальных уравнений первого порядка. Модель естественного роста выпуска.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Линейная алгебра	Матрицы, действия над ними. Типы матриц. Детерминанты матрицы n -ого порядка, минор матрицы. Свойства определителей матрицы произвольного порядка, определитель произведения матриц. Обратная матрица. Системы линейных уравнений произвольного порядка. Метод Крамера, матричный метод и метод Гаусса для решения систем линейных уравнений.
2.	Векторная алгебра	Понятие вектора и линейных операций над векторами. Линейно-зависимые и линейно-независимые системы векторов. Базис. Скалярное произведения векторов и их

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		свойства.
3.	Аналитическая геометрия в пространстве R_2	Декартова прямоугольная и полярная системы координат на плоскости. Алгебраические линии первого порядка: виды уравнения прямой, взаимное расположение прямых, угол между прямыми, расстояние точки от прямой, деление отрезка пополам. Условие ортогональности прямых.
4.	Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении	Решение текстовых задач на составление систем линейных уравнений в приложении к экономике.
5.	Введение в математический анализ	Нахождение пределов последовательности и функции одной переменной. Сравнение бесконечно малых величин, исследование функций на непрерывность. Классификация точек разрыва функции.
6.	Дифференциальное исчисление	Нахождение производных явно, неявно и параметрически заданных функций. Правило Лопиталя. Асимптоты. Выпуклость и вогнутость функции, точки перегиба. Отработка техники нахождения производных и дифференциалов первого и высших порядков и всех этапов полного исследования функций одной переменной. Моделирование реальных экономических ситуаций с помощью аппарата дифференциального исчисления.
7.	Интегральное исчисление	Таблица первообразных элементарных функций. Метод замены переменной. Интегрирование по частям.
8.	Обыкновенные дифференциальные уравнения	Нахождение общих решений дифференциальных уравнений первого порядка с разделяющимися переменными. Задача Коши.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Матрица и определители	Матричный анализ в экономике. Вычисление ранга матрицы методом элементарных преобразований. Неизменность ранга при элементарных преобразованиях.
2.	Системы линейных уравнений	Геометрическая интерпретация систем линейных уравнений в случае двух или трех неизвестных. Ненулевые решения однородной системы уравнений.
3.	Элементы аналитической геометрии	Полярная системы координат. Построение кривых второго порядка в полярной системе координат.
4.	Производная и дифференциал функции одной переменной	Иллюстрация экономического смысла второй производной.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
5.	Интегрирование	Формула Ньютона-Лейбница, вычисление определённого интеграла по частям и подстановкой. Некоторые геометрические приложения определённого интеграла.
6.	Дифференциальные уравнения	Однородные дифференциальные уравнения первого порядка. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения первого порядка. Составление дифференциальных уравнений для простейших финансово-экономических задач

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
1. Линейная алгебра	ОПК-2	решение задач, тесты, коллоквиум		письменно устно
2. Векторная алгебра	ОПК-2	решение задач, коллоквиум		письменно устно
3. Аналитическая геометрия в пространстве R_2	ОПК-2	решение задач, коллоквиум		письменно устно
4. Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении	ОПК-2	решение задач, коллоквиум		письменно устно
5. Введение в математический анализ	ОПК-2	решение задач		письменно устно
6. Дифференциальное исчисление	ОПК-2	решение задач		письменно устно
7. Интегральное исчисление	ОПК-2	решение задач		письменно устно
8. Обыкновенные дифференциальные уравнения	ОПК-2	решение задач		письменно устно
			Экзамен	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные понятия базового курса линейной алгебры и математического анализа, которые дают возможность формальной интерпретации ключевых экономических понятий и закономерностей. Умеет устанавливать корреляцию между математическим объектом матрица, операциями над матрицами и экономическим понятием матрицы социальных счетов и действиями над нею. Умеет вычислять предельную себестоимость и эластичность спроса при помощи операции дифференцирования элементарных функций.	1, 4, 6, 8
2	Владеет навыками решения текстовых финансово-экономических задач на языке линейных уравнений. Владеет навыками работы с сингулярными функциями, непосредственно связанными с кривыми спроса и предложения. Свободно владеет алгоритмом решения задач по поиску экстремумов функций, связанных с задачами по максимизации прибыли. Владеет четким представлением о дифференциальных уравнениях как универсальном методе описания динамики экономических показателей.	1, 4, 6, 8

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основных понятия базового курса линейной алгебры и математического анализа. Владеет навыками работы с матрицами, действиями над матрицами в приложении к экономическому понятию матрицы социальных счетов. Умеет решать текстовые финансово-экономические задачи на языке линейных уравнений. Владеет навыками взятия производных в зависимости от вида задания функции, с целью приложения к конкретным экономическим понятиям (предельная себестоимость, эластичность спроса и т.д.). Владеет навыком исследования функций, нахождения и анализа типа сингулярностей с целью дальнейшего применения к практико-ориентируемым задачам. Умеет решать простейшие типы дифференциальных уравнений, связанных с динамическими системами в различных областях знания.	Компетенция сформирована. Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности и устойчивого практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка	Экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» (зачтено)	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный	Оценка «отлично» (зачтено)
------------------------------	--------------------------------------	--	----------------------------

или отсутствие сформированности компетенции	или низкой уровень освоения компетенции	уровень освоения компетенции	или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Тема 1. Линейная алгебра.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Укажите верное значение определителя $\begin{vmatrix} 1 & 2 \\ -2 & 3 \end{vmatrix}$.

7; -1; -7;

2. Укажите верное значение определителя $\begin{vmatrix} 0 & -2 & 0 \\ 1 & 3 & 1 \\ 1 & 1 & 3 \end{vmatrix}$.

-2; 7; 4.

3. Укажите верное значение определителя $\begin{vmatrix} 2 & -3 & 0 \\ 1 & 5 & 5 \\ 0 & 1 & 1 \end{vmatrix}$.

10; 3; 13; -3.

4. Укажите верное значение определителя $\begin{vmatrix} k & k^2 \\ 1 & -k \end{vmatrix}$.

$-2k^2$; $2k^2$; $k^2 - k$.

5. Решите уравнение $\begin{vmatrix} k & 4 \\ -1 & k \end{vmatrix} = 0$. Укажите все верные ответы.

2i; -2i; 2; -2.

6. Выполните действие над матрицами $\begin{pmatrix} 3 & 5 \\ -1 & 0 \end{pmatrix} + E$. Укажите правильный ответ.

$\begin{pmatrix} 4 & 5 \\ -1 & 1 \end{pmatrix}$; $\begin{pmatrix} 4 & 6 \\ 0 & 1 \end{pmatrix}$; $\begin{pmatrix} 3 & 5 \\ -1 & 0 \end{pmatrix}$.

7. Решите уравнение
$$\begin{vmatrix} k-1 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 6 \\ k & 1 & k-1 \end{vmatrix} = 0.$$

- $k_1 = 1, k_2 = 7$; $k_1 = -1, k_2 = 7$; нет решений.

8. Вычислите определитель, укажите правильный ответ.

№	Определитель	Возможные ответы
1	$\begin{vmatrix} 1 & -9 & 1 \\ 2 & 7 & 0 \\ 3 & 9 & 0 \end{vmatrix}$	<input checked="" type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> -14
2	$\begin{vmatrix} 0 & 1 & 0 \\ 2 & 2 & 1 \\ 3 & 1 & 4 \end{vmatrix}$	<input checked="" type="checkbox"/> -5 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 11 <input type="checkbox"/> 0
3	$\begin{vmatrix} 2 & 21 & 0 \\ 0 & 1 & -2 \\ 0 & 1 & 1 \end{vmatrix}$	<input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> -6
4	$\begin{vmatrix} 5 & -5 & 0 \\ 2 & 1 & 2 \\ 3 & 2 & 4 \end{vmatrix}$	<input checked="" type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> -10 <input type="checkbox"/> 0
5	$\begin{vmatrix} 0 & k & 3 \\ 1 & 1 & 2 \\ 0 & k & 4 \end{vmatrix}$	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> k <input checked="" type="checkbox"/> $-k$ <input type="checkbox"/> $4k$

9. Даны матрицы $A = \begin{pmatrix} 1 & 1 \\ 0 & 9 \end{pmatrix}$, $B = \begin{pmatrix} -1 & 1 \\ 5 & 1 \end{pmatrix}$. Укажите верный ответ суммы матриц.

$A+B = \begin{pmatrix} 0 & 2 \\ 5 & 1 \end{pmatrix}$; $A+B = \begin{pmatrix} 0 & 2 \\ 5 & 10 \end{pmatrix}$; $A+B = \begin{pmatrix} 0 & 2 \\ 4 & 10 \end{pmatrix}$.

10. Сколько решений имеет система уравнений $\begin{cases} 2x+y=1, \\ -3x+y=0 \end{cases}$?

- бесконечное множество решений; единственное решение;
 не имеет решений.

11. Укажите значение параметра k , при котором определитель $\begin{vmatrix} k & 1 & 0 \\ 3 & 2 & 1 \\ 2 & 1 & 1 \end{vmatrix}$ равен нулю?

- $k=2$; $k=-1$; $k=1$.

12. Решите уравнение $\begin{vmatrix} k & -4 & 0 \\ 1 & k & 0 \\ 2 & 1 & 1 \end{vmatrix} = 0$ и укажите верное решение.

- Нет решений; $\pm 2i$; ± 2 .

13. Из предложенного списка операций выберите правильно последовательность действий для решения системы линейных уравнений $AX = B$ матричным методом.

① Умножить матрицу B на обратную A^{-1} справа: $X = BA^{-1}$

② Построить обратную матрицу $A^{-1} = \frac{1}{\det A} \begin{pmatrix} A_{11} & A_{21} & A_{31} \\ A_{12} & A_{22} & A_{32} \\ A_{13} & A_{23} & A_{33} \end{pmatrix}$;

③ Вычислить определитель системы $\det A$;

④ Вычислить присоединенную (союзную) матрицу $\begin{pmatrix} A_{11} & A_{21} & A_{31} \\ A_{12} & A_{22} & A_{32} \\ A_{13} & A_{23} & A_{33} \end{pmatrix}$;

⑤ Умножить матрицу B на обратную A^{-1} слева: $X = A^{-1}B$;

⑥ Проверить условие, отличен ли определитель от нуля: $\det A \neq 0$.

Ответ: ③; ⑥; ④; ②; ⑤.

14. Можно ли решить систему линейных уравнений $\begin{pmatrix} 1 & 0 & -1 \\ 1 & 1 & 2 \\ 2 & 1 & 1 \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} x \\ y \\ z \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 \\ 2 \\ 3 \end{pmatrix}$ матричным способом?

Можно, система имеет вид $AX = B$;

Нельзя, так как определитель матрицы системы равен нулю: $\det A = 0$.

15. Укажите, сколько решений имеет система линейных уравнений, записанная в матричном виде $\begin{pmatrix} 1 & 0 & -1 \\ 1 & 3 & 2 \\ 2 & 1 & 1 \end{pmatrix} \cdot \begin{pmatrix} x \\ y \\ z \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 \\ 2 \\ 3 \end{pmatrix}$?

три решения; единственное решение; не имеет решений;

бесконечное множество.

16. Укажите верные соотношения, справедливые для обратных матриц: A^{-1} – обратная матрица для невырожденной матрицы A .

$A^{-1} + A = E$; $A^{-1}A = E$; $AE = A^{-1}$; $A^{-1}A = AA^{-1}$.

17. Поставьте в соответствие пары высказываний

Решение системы линейных уравнений, правило Крамера ①	$X = A^{-1}B$ ②
Решение системы линейных уравнений, матричный метод ②	$A \cdot X = B$ ③
Матричная запись системы линейных уравнений ③	$x = \frac{\Delta_x}{\Delta}, y = \frac{\Delta_y}{\Delta}, z = \frac{\Delta_z}{\Delta}$ ①

18. Можно ли построить обратную матрицу A^{-1} для матрицы

$$A = \begin{pmatrix} 1 & 0 & -1 \\ 2 & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 2 \end{pmatrix} ?$$

Можно; Нет, так как $\det A = 0$, обратная матрица не существует.

19. Верно ли записана формула построения обратной матрицы

$$A^{-1} = \frac{1}{\det A} \begin{pmatrix} A_{11} & A_{21} & A_{31} \\ A_{12} & A_{22} & A_{32} \\ A_{13} & A_{23} & A_{33} \end{pmatrix} ?$$

Нет, $A^{-1} = \frac{1}{\det A} \begin{pmatrix} A_{11} & A_{12} & A_{13} \\ A_{21} & A_{22} & A_{23} \\ A_{31} & A_{32} & A_{33} \end{pmatrix}$; Да.

20. Даны матрицы $A = \begin{pmatrix} 1 & -2 \\ 0 & 7 \end{pmatrix}$, $B = \begin{pmatrix} 1 & -3 \\ 2 & 4 \\ 1 & 1 \end{pmatrix}$. Из предложенного

списка арифметических операций над матрицами укажите, какие действия над этими матрицами возможны?

$B \cdot A$; $B \cdot A^{-1}$; $A + B$; $A \cdot B$; $B + A^{-1}$.

21. Даны матрицы $A = \begin{pmatrix} 9 & 2 \\ 1 & 7 \end{pmatrix}$, $B = \begin{pmatrix} 1 & 2 \\ 0 & -2 \end{pmatrix}$, $C = \begin{pmatrix} 1 & 5 \\ 0 & 2 \end{pmatrix}$,
 $D = \begin{pmatrix} 1 & -1 \\ 2 & -2 \\ 3 & 10 \end{pmatrix}$. Из предложенного списка арифметических операций

над матрицами укажите, какие действия над этими матрицами возможны?

$(A+B)C$; $D+B$; $AC+B$; $A(B^{-1}+B)$; $A^{-1}+D$.

22. Даны две матрицы $A = \begin{pmatrix} 1 & -2 \\ 0 & 7 \end{pmatrix}$, $B = \begin{pmatrix} 1 & 2 \\ 0 & -2 \end{pmatrix}$. Укажите арифметические операции, которые можно выполнить над этими матрицами.

$A+B$; $AB=BA$; $A-2B$; $AB \neq BA$;
 AB невозможно; BA не существует.

23. Даны матрицы $A = \begin{pmatrix} 9 & 2 \\ 1 & 7 \end{pmatrix}$, $B = \begin{pmatrix} 1 & -1 \\ 2 & -2 \\ 3 & 10 \end{pmatrix}$, $C = \begin{pmatrix} 1 & -1 & 4 \\ 2 & -2 & 5 \end{pmatrix}$. Укажи-

те, какие действия над этими матрицами из предложенного списка можно выполнить.

$A \cdot C$; $A+B$; $B \cdot C$; $C \cdot B$; $C \cdot A$; $B \cdot A$;
 $B+C$; $C \cdot B \cdot A$.

6.3.2 Задачи

Тема 1. Линейная алгебра.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Вычислить определитель матрицы системы

$$\begin{cases} 2x_1 + 3x_2 + x_3 = 0 \\ 4x_1 + x_2 + 4x_3 = 6 \\ x_1 - 2x_2 + 2x_3 = 6 \end{cases}$$

а) с помощью «правила треугольников»; б) разложением определителя по строке (столбцу).

2. Решить систему уравнений из задания 1 по правилу Крамера.

3. Найти методом Гаусса общее решение и одно частное решение системы уравнений

$$\begin{cases} 2x_1 + x_2 + 2x_3 = 1 \\ x_1 + x_2 - x_3 = 2 \end{cases}$$

4. Решить систему уравнений методом Гаусса (исключения неизвестных)

$$\begin{cases} x_1 + 3x_2 - 3x_3 = 2 \\ 4x_1 + 4x_2 - 4x_3 = 5 \\ -x_1 - 7x_2 + 7x_3 = -1 \end{cases}$$

5. Вычислите значение выражения $4 \cdot A - 9 \cdot B$, где

$$A = \begin{pmatrix} -7 & 2 \\ 6 & 3 \end{pmatrix} \quad B = \begin{pmatrix} 4 & -3 \\ -2 & 5 \end{pmatrix}$$

6. Вычислить значение выражения $P(A) = A^2 - 4 \cdot A + 13 \cdot E$, где

$$A = \begin{pmatrix} -1 & 1 \\ 2 & 3 \end{pmatrix} \quad E = \begin{pmatrix} 1 & 0 \\ 0 & 1 \end{pmatrix}$$

7. Найти матрицу, обратную $\begin{pmatrix} -10 & 8 & -11 \\ 4 & -3 & 4 \\ 9 & -7 & 10 \end{pmatrix}$.

8. Решить систему матричным методом:

$$x + y + 2z = -1$$

$$2x - y + 2z = -4$$

$$4x + y + 4z = -2$$

Тема 2. Векторная алгебра.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Даны два вектора $a = (1, 0, 1)$ и $b = (-1, 2, -1)$.

1. Найти скалярное произведение между векторами a и b .
2. Вычислить угол между векторами a и b .
3. Определить, при каком t векторы $ta + 2b$ и $a - b$: а) коллинеарны; б) ортогональны.

Тема 3. Аналитическая геометрия в пространстве R_2 .

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Найти точку пересечения прямых L1 и L2

$$L1: 3x - 2y + 5 = 0$$

$$L2: x + 2y - 9 = 0,$$
2. Найти уравнение прямой, проходящей через точку пересечения прямых из первого задания и
 - а) параллельной прямой L3: $2x + y + 6 = 0$;
 - б) перпендикулярной прямой L3.
3. Даны точки A(-2;4), B(6;-2). Составить уравнение прямой, проходящей через точку A и точку B.
4. Построить прямую, задаваемую уравнением

$$-\frac{x}{4} + \frac{y}{5} = 1.$$
5. Записать уравнения прямой задания 3 в виде уравнения с угловым коэффициентом и в виде общего уравнения.

Тема 4. Применение методов линейной алгебры в экономике и управлении.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Предприниматель решил выделить на расширение своего дела 150 тыс. руб. Известно, что если на приобретение нового оборудования затратить x тыс. руб., а на зарплату вновь принятых работников y тыс. руб., то прирост объема продукции составит $Q = 0,001x^{0,6}y^{0,4}$. Как следует распределить выделенные денежные ресурсы, чтобы прирост объема продукции был максимальным?

Варианты ответа:

- а) (80, 70)
- б) (75, 75)
- в) (65, 85)
- г) (50, 100)
- д) (90, 60)

Тема 5. Введение в математический анализ.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Найти пределы (используя замечательные пределы и следствия из них):

а) $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{1 + \operatorname{tg} 5x - \cos x}{\sqrt{1-x^2} - \sqrt[5]{1+x}};$

б) $\lim_{x \rightarrow \pi} \frac{\ln \sin \frac{x}{2}}{\sqrt[3]{x} - \sqrt[3]{\pi}};$

в) $\lim_{x \rightarrow 0} (3^x + x)^{\operatorname{ctg} x};$

г) $\lim_{x \rightarrow \pm\infty} \frac{\operatorname{lg}(1+10^x)}{x \cdot \operatorname{arctg} x};$

2. Пользуясь определением предела функции в смысле Коши, доказать непрерывность функции $y = x^2 - x + 1$ в точке $x=2$.

Тема 6. Дифференциальное исчисление.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Найти производную функции $y = (\cos x)^{\operatorname{arccos} \frac{1}{x}};$
2. Найти первый и второй дифференциалы функций $y = f(\sqrt{uv})$, где u, v, f - дважды дифференцируемые функции.
3. Найти первую и вторую производные функции $y=y(x)$ заданной:

а. параметрически $x = sh^2 t, y = \frac{1}{ch^2 t};$

б. неявно уравнением $x + y = e^{x-y}$

4. Исследовать функцию и построить график

а. $y = \frac{\ln x}{\sqrt{x}};$

б. $y = \frac{x^2 + 1}{x^2 - 1};$

Тема 7. Интегральное исчисление.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Вычислить интегралы:

1. $\int \frac{2x - \sqrt{\arcsin x}}{\sqrt{1-x^2}} dx$;

2. $\int \frac{\sin 2x}{e^{\cos^2 x}} dx$;

3. $\int \frac{\sin^3 x}{\sqrt{\cos x}} dx$;

4. $\int \cos(\ln x) dx$

Тема 8. Обыкновенные дифференциальные уравнения.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Найти общее решение обыкновенного дифференциального уравнения

$$y' = e^{x+y}$$

2. Решить задачу Коши:

$$(1+x)^3 dy = 3x^2 y^2 dx$$
$$y(0) = 2$$

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Вопросы к экзамену:

1. Определители 2, 3-порядка. Правило Сарруса. Понятия минора и алгебраического дополнения.
2. Определители произвольного порядка и их свойства (с доказательством одного из свойств).
3. Система линейных уравнений 2, 3-порядка.
4. Метод Гаусса.
5. Метод Крамера.
6. Вектор в пространстве R^3 : определение вектора, сложение и вычитание векторов, умножение вектора на число.
7. Скалярное произведение векторов. Необходимое и достаточное условия ортогональности векторов (теорема).
8. Понятие линейно независимых векторов. Базис пространства. Приложение понятия вектора к экономическим задачам.

9. Операции над векторами, представленными разложением по единичному ортогональному базису: сложение, вычитание, вычисление длины вектора (с выводами формул).
10. Операции над векторами, представленными разложением по единичному ортогональному базису: скалярное произведение, определение угла между векторами (с выводами формул).
11. Прямая в пространстве R^2 : уравнение прямой с угловым коэффициентом. Угол между прямыми.
12. Прямая в пространстве R^2 : уравнение прямой, построенной по нормальному вектору и точке. Уравнение прямой, построенное по точке и направляющему вектору (с выводами формул).
13. Прямая в пространстве R^2 : уравнение, построенное по двум точкам. Уравнение прямой в отрезках (с выводами формул).
14. Условия параллельности и ортогональности прямых в пространстве R_2 .
15. Матрицы и действия над ними. Линейные операции над матрицами. Матрица социальных счетов.
16. Умножение матриц.
17. Обратная матрица. Обращение матриц 2 и 3 порядка.
18. Простейшие матричные уравнения и их решения.
19. Предел переменной величины. Предел числовой последовательности.
20. Свойства предела последовательности.
21. Предел функции. Свойства предела функции. Второй замечательный предел. Задача о сложном проценте.
22. Первый замечательный предел (с выводом).
23. Бесконечно малые и бесконечно большие величины. Понятие эквивалентных бесконечно малых.
24. Непрерывность функции. Свойства непрерывной функции. Непрерывность функций $y = const$ и $y = x$ (с выводами формул).
25. Классификация точек разрыва.
26. Производная функции. Геометрический, физический и экономический смысл производной.
27. Производные основных элементарных функций (с выводом производных от функций $y = const$ и $y = x$).
28. Производные основных элементарных функций (с выводом производной от степенной функции методом логарифмического дифференцирования).
29. Производные основных элементарных функций (с выводом логарифмической).
30. Правила дифференцирования (с выводом).
31. Производная сложной функции. Теорема о сложной функции. Производная неявно заданной функции.
32. Дифференциал функции одной переменной. Свойства дифференциалов.
33. Производные высших порядков. Правило Лопиталя.
34. Признаки монотонности функции. Локальный экстремум функции.
35. Необходимое и достаточное условия существования локального экстремума функции. Стационарные точки первого рода.

36. Выпуклость графика функции. Точки перегиба. Стационарные точки второго рода.
37. Асимптоты графика функции.
38. Схема полного исследования функции на одном из примеров.
39. Первообразная. Неопределенный интеграл и его свойства.
40. Метод замены переменной в неопределенном интеграле.
41. Интегрирование по частям в неопределенном интеграле.
42. Формула Ньютона-Лейбница, вычисление определённого интеграла по частям и подстановкой.
43. Некоторые геометрические приложения определённого интеграла
44. Основные понятия обыкновенных дифференциальных уравнений. Общие решения. Задача Коши.
45. Уравнения первого порядка с разделяющимися переменными.
46. Однородные дифференциальные уравнения первого порядка.
47. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения первого порядка.
48. Составление дифференциальных уравнений для простейших финансово-экономических задач

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущей, рубежной и итоговой аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке студентов и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, тестирование, решение задач у доски, контрольных и самостоятельных работ);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и выполнения домашних заданий;
- по результатам сдачи коллоквиума по теоретическому материалу;

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения экзамена: устный – по билетам. Оценка по результатам зачёта – «зачтено», «незачтено», экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практическое задание (задачу), выявляющую степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
2	Устный опрос	Устный опрос по основным терминам и	Вопросы по

		формулам может проводиться в начале/конце лекционного или семинарского занятия. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо у доски.	темам/разделам дисциплины
3	Коллоквиум	Проводится на консультациях. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины.	Комплект вопросов к коллоквиуму
4	Экзамен	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями.	Комплект вопросов к зачету, экзамену

Итоговый рейтинг студента определяется суммарным академическим баллом (academiccredit) накопленным в течение семестра (с использованием системы БРС). По текущей успеваемости студент может суммарно набрать 60 баллов.

Теоретический коллоквиум позволяет дополнительно набрать от 7 до 20 баллов.

Для допуска к экзамену необходимо набрать минимальное число баллов: 30.

Максимальное количество баллов, которое студент может получить на экзамене – 40.

Итоговая оценка выставляется в соответствии с суммарным академическим баллом по следующей схеме

Оценка	<i>Неудовлетворительно</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Отлично</i>
Итоговый рейтинг	<40	40-59	60-79	≥ 80

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

51

Ш 630

Шипачев, В. С.

Высшая математика [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и специалитета/ В. С. Шипачев ; под ред. А . Н. Тихонова. - 8-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 447 с.. - (Бакалавр и специалист). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-9916-3600-1: Б.ц.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

П 580

Попов, Ю. И.

Высшая математика для студентов экономических специальностей [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ Ю. И. Попов ;Балт. федер. ун-т им. И. Канта. - Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. - 1 on-line, 306 с.. - Бессрочная лицензия. - ISBN 978-5-9971-0047-6: Б.ц.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСКантиана(1)
Свободны / free: ЭБС Кантиана(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

51

К 690

Корсакова, Л. Г.Корсакова, Л. Г.

Высшая математика для экономистов: учеб. пособие/ Л. Г. Корсакова. - Калининград: Изд-во КГУ, 2003 -

Ч. 1. - 208 с. - Библиогр.: с. 206-208. - ISBN 5-88874-366-6: 36.00, 36.00, р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 171: УБ(169), ч.з.N5(1), ИБО(1)

512

К 690

Корсакова, Л. Г.Корсакова, Л. Г.

Высшая математика для экономистов: учеб. пособие/ Л. Г. Корсакова. - Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2003 -

Ч. 2. - 2007. - 156 с. - Библиогр.: с.153-156 (50 назв.) . - ISBN 978-5-88874-850-3: 314.98, 314.98, р.

Имеютсяэкземплярывотделах /Therearecopiesindepartments:
всего /all 61: УБ(58), ч.з.N5(1), НА(1), ИБО(1)

511

В 937

Высшая математика для экономистов: учеб. пособие для вузов/ под ред. Н. Ш. Кремера. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998, 1999, 2003. - 471 с. - Библиогр.: с. 445 (19 назв.). - ISBN 5-238-00030-8: 124.00=;46.00=;42.00, 155.94, 124.00, р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 170: УБ(169), НА(1)

511

М 621

Минорский, В. П.

Сборник задач по высшей математике: учебное пособие/ В. П. Минорский. - М.: Физ.-мат. лит., 2001,2003. - 336 с. - ISBN 5-94052-045-6: 187.00=;110.00= р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 177: УБ(175), ч.з.N3(1), НА(1)

51

М 621

Минорский, В. П.

Сборник задач по высшей математике: [учеб. пособие для вузов]/ В. П. Минорский. - 15-е изд.. - М.: Физматлит, 2008. - 336 с. - ISBN 9875-94052-143-6: 315.70, 315.70, р.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: УБ(26)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

9.1. Общие рекомендации

При изучении дисциплины студенту *следует*:

- добросовестно посещать лекции и вести конспект, отражающий основное содержание курса;
- перед очередной лекцией повторять содержание предыдущей по конспекту или рекомендованной учебной литературе;
- посещать практические занятия и выполнять все домашние задания;
- выполнять проверочные и контрольные работы и индивидуальные задания.

В случае необходимости студент может обращаться за помощью преподавателя непосредственно на занятиях или на консультациях, которые проводятся по графику.

9.2. Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на определения, формулировки теорем, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

9.3. Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия, освоить основные понятия и формулы. В течение занятия студент совместно с преподавателем решает задачи, выполнение которых зачитывается как текущая работа студента.

9.4. Подготовка к контрольным мероприятиям.

Промежуточный контроль знаний осуществляется в форме устных экспресс – опросов, письменных тестовых опросов по блокам тем, письменных контрольных работ, выполняемых на занятии. При подготовке к устному экспресс – опросу, письменному тестовому опросу, письменной контрольной работе студент должен освоить теоретический материал по соответствующему разделу, используя конспекты лекций и материал базового учебника.

- При подготовке к тестовым опросам студенты должны освоить теоретический материал по блокам тем, выносимых на этот опрос.
- При подготовке к аудиторным контрольным работам студентам необходимо повторить материал практических занятий по отмеченным преподавателям темам, а также повторить теоретический материал по данным темам.

9.5. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, подготовке к контрольным работам, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтушина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Ценообразование в маркетинге»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Ценообразование в маркетинге»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Ценообразование в маркетинге» представляет собой дисциплину обязательной части дисциплин (Б1.О.14) подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	7
4.2. Тематика практических занятий.....	8
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.3.1 Тестовые задания	13
6.3.2 Задачи	15
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	18
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине	22
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	25
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	26
7.1. Основная учебная литература.....	26
Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2017. - 1 on-line, 437 с.....	26
7.2. Дополнительная учебная литература.....	26
7.3. Для самостоятельной работы.....	26

7.4. Нормативные документы	27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	27
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	30
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	31

Наименование дисциплины (модуля)

«Ценообразование в маркетинге»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Ценообразование в маркетинге» является формирование понимания об основных процессах связанных с ценообразованием в современной организации; приобретение теоретических знаний и практических навыков, связанных с процессом ценообразования учитывающим маркетинговые аспекты.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- Методологию и методы ценообразования;- Принципы ценообразования;- Тактические приемы ценообразования;- Показатели анализа результатов тестирования цены и методы тестирования цены;- Прогнозирование цен,- Ценовую политику;- Ценовые стратегии;- Процесс ценообразования;- Методы сбора информации о ценах;- Понятие цены, сущность и роль в рыночной экономике и маркетинге;- Взгляды на категорию «цена» в истории экономической мысли;- Функции, систему и классификацию видов цен;- Теории стоимости;- Особенности ценообразования на различных типах рынка;- Издержки и себестоимость как элементы расчета цен;- Классификацию затрат по статьям калькуляции;- Методы калькулирования себестоимости; Смета затрат;- Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- Выбирать метод ценообразования;- Выбирать и применять тактические методы ценообразования (скидки, надбавки, наценки, продажа товаров в кредит, тактика «ценовых градаций», выставление цены с помощью	ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>надписей и рисунков, использование зазывных цен);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оценивать структуру цены; - Проводить исследование цен, - Разрабатывать ценовую политику организации; - Формулировать ценовую стратегию для организации; - Определять эластичность спроса по цене; - Рассчитывать точку безубыточности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком расчета цены; - навыком использования методов тестирования цены; - навыком расчета рыночного равновесия; - навыком составления сметы затрат; - навыками сбора информации о ценах разными методами; 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Ценообразование в маркетинге» представляет собой дисциплину обязательной части дисциплин (Б1.О.14) подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4		Ценообразование в маркетинге	Стратегический маркетинг
ОПК-4			Менеджмент качества
ОПК-4			Разработка товарной политики
ОПК-4			Управление продажами
ОПК-4			Коммерческая деятельность
ОПК-4			Бизнес-планирование
ОПК-4			Инвестиционный менеджмент
ОПК-4			Производственная преддипломная практика
ОПК-4			Выполнение выпускной квалификационной

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
			работы

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 1 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Часов аудиторных занятий, всего	84,25
Самостоятельная работа	167,75
Часов, всего	252
Зачетных единиц, всего	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.	51	6	16	6	19	4		
Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.	74	10	24	10	26	4		
Тема 3. Исследование цен в маркетинге	62	8	20	8	22	4		
Тема 4. Ценообразование в	64	8	20	8	20	8		

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			Контактная работа
отдельных отраслях и сферах деятельности								
Итого	252	32	80	32	87	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	32		32		20	0,25	
Самостоятельная работа	167,75		80		87			0,75
Промежуточная аттестация		Зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№	Наименование темы	Содержание темы
1	Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.	Цена – понятие, сущность и роль в рыночной экономике и маркетинге. Цена в истории экономической мысли. Функции цен. Система цен. Классификация и виды цен. Спрос и предложение как основа рыночного ценообразования (эластичность спроса по цене). Цена и стоимость, теории стоимости. Особенности ценообразования на различных типах рынка.
2	Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.	Место цены в маркетинге. Цены в разных концепциях маркетинга. Методология ценообразования как система. Принципы ценообразования. Ценовая политика (виды, связь с жизненным циклом товара). Ценовые стратегии (виды, этапы формирования). Методы ценообразования (затратные, параметрические, рыночные). Издержки как элемент расчета цен (виды, точка безубыточности). Себестоимость продукции. Классификация затрат по статьям калькуляции. Методы калькулирования себестоимости. Смета затрат. Процесс ценообразования. Тактические приемы ценообразования (скидки, надбавки, наценки, продажа товаров в кредит, тактика «ценовых градаций», выставление цены с помощью надписей и рисунков, использование зазывных цен).

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
3	Тема 3. Исследование цен в маркетинге	Методы сбора информации о ценах (источники информации, задачи системы наблюдения за ценами в маркетинге). Показатели анализа результатов тестирования цены. Методы тестирования цены («Предельной цены», «Цены увеличения продаж», «Психологической цены», «Ван Вестерндорпа», «PSM», «RBR» «Лестница цен», «Ценовых предпочтений», «ВРТО» «RSS» «Марочного переключения спроса», «Переключения спроса в рамках товарной линии»). Оценка структуры цены. Прогнозирование цен.
4	Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности	Ценообразование в добывающей промышленности, электроэнергетике, строительстве, транспорте, сельском хозяйстве. Ценообразование в сфере услуг. Ценообразование в сфере образования, спорта, здравоохранения.

4.2. Тематика практических занятий

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.	Категория «цена» в современных исследованиях. Современные примеры ценообразования на различных типах конкурентных рынков. Описание функций цен для объекта исследования. Определение спроса и предложения, равновесной цены, на рынке объекта исследования. Определение эластичности спроса по цене. Определение типа конкурентного рынка для своего объекта исследования.
2	Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.	Разработка ценовой политики для объекта исследования. Разработка ценовой стратегии для объекта исследования. Выбор и использование метода ценообразования для объекта исследования. Формулировка видов издержек, расчет точки безубыточности Составление сметы затрат. Использование для объекта исследования тактических приемов ценообразования.
3	Тема 3. Исследование цен в маркетинге	Выбор (обоснование выбора) метода сбора информации о ценах объекта исследования. Выбор и использование метода тестирования цены объекта исследования. Оценка структуры цены объекта исследования. Прогноз цен объекта исследования.
4	Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности	Анализ кейсов по ценообразованию в отраслях. Характеристика особенностей ценообразования в отрасли (сфере деятельности) к которой относится объект исследования.

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1	Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.	<p>Сущность и роль цены в командно-административной системе.</p> <p>Особенности ценообразования в переходной экономике.</p> <p>Особенности ценообразования на международных рынках.</p> <p>Маркетинговое ценообразования в современных интеграционных группировках.</p> <p>Подвижность и устойчивость рыночного равновесия и равновесной цены.</p> <p>Современные примеры ценообразования на различных типах конкурентных рынков.</p>
2	Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.	<p>Место цены в маркетинге начинающих компаний.</p> <p>Место цены в маркетинге торговых сетей.</p> <p>Методология ценообразования как система в стабильных и кризисных рынках.</p> <p>Реализация принципов ценообразования участниками рыночных отношений (частные и государственные компании).</p> <p>Примеры ценовой политики крупных и малых организаций на разных этапах социально-экономического развития России.</p> <p>Управление жизненным циклом товара и управление ценой.</p> <p>Ценовые стратегии в стабильных и кризисных рынках.</p> <p>Ценовые стратегии при выходе на новый рынок</p> <p>Ценовые стратегии начинающих компаний.</p> <p>Методы ценообразования – преимущества и недостатки для эксклюзивного рынка.</p> <p>Себестоимость продукции – прошлое и настоящее (отличия) в России.</p> <p>Смета затрат в различных отраслях и сферах.</p> <p>Процесс ценообразования в различных отраслях и сферах.</p> <p>Скидки в различных отраслях и сферах.</p> <p>Надбавки в различных отраслях и сферах.</p> <p>Наценки в различных отраслях и сферах.</p> <p>Продажа товаров в кредит – опыт сферы торговли в России и за рубежом.</p> <p>Выставление цены с помощью надписей и рисунков – отечественный и зарубежный опыт.</p> <p>Использование зазывных цен - отечественный и зарубежный опыт.</p>
3	Тема 3. Исследование цен в маркетинге	<p>Опыт сбора информации о ценах региональными отечественными, международными организациями в различных сферах.</p> <p>Опыт использования показателей анализа результатов тестирования цены компаниями в</p>

<i>№</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		различных отраслях и сферах. Анализ соответствия применения методов тестирования цены в различных ситуациях. Оценка структуры цены. Прогнозирование цен региональными компаниями.
4	Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности	Ценообразование в добывающей промышленности России и зарубежных странах. Ценообразование в ОАО «Янтарьэнерго». Ценообразование на строительном рынке Калининградской области за 10 лет – опыт и тенденции. Ценообразование в общественном транспорте Калининградской области с учетом конкурентной типологии рынка – прошлое и настоящее. Ценообразование в грузоперевозках транспортными компаниями с учетом геополитического положения Калининградской области. Ценообразование в сельском хозяйстве региона с учетом геополитического положения Калининградской области. Ценообразование в сфере образовательных услуг высшего профессионального образования. Цена спортсмена – опыт России и зарубежных стран. Конкуренция и цены на рынке услуг здравоохранения страны и региона.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.	ОПК-4	тестирование		письменно
Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.	ОПК-4	тестирование, задачи		письменно
Тема 3. Исследование цен в маркетинге	ОПК-4	реферат		Письменно Устно
Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности	ОПК-4	реферат		Устно
			Зачет	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	знание и понимание основ ценообразования в современной организации	1,4
2	способность использовать основные инструменты ценообразования с учетом регламентов ценообразования	2,3

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня

самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключается в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы и инструменты ценообразования при выявлении и оценке новых рыночных возможностей, разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Знание содержательных элементов ценообразования	Знание методологии ценообразования и технологических этапов направлений и разделов ценообразования	Умение реализовывать технологии, методы и инструменты ценообразования в своей профессиональной деятельности	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий,	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим

представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	---	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Рыночные аспекты ценообразования.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
SingleSelection	Цена как денежное выражение стоимости, это определение скорее с позиции?	Маркетинга Экономики Менеджмента Политологии	2	1	
SingleSelection	В общем смысле цена – это:	денежное выражение стоимости товара совокупность затрат на производство процесс формирования цены товара	1	1	
SingleSelection	Цена как величина, которую готов заплатить потребитель, это определение скорее с позиции?	Маркетинга Экономики Менеджмента Политологии	1	1	
SingleSelection	Представленное утверждение о цене, относится к какому автору в истории экономической мысли: Рыночная цена отличается от стоимости. Конкурирующий покупатель увеличивает цену на товар, делая ее выше действительной стоимости?	Каутилья Ксенофонт Платон У. Петти	1	1	

Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание			
SingleSelection	К методам затратного ценообразования относятся:	<table border="1"> <tr> <td>метод удельного ценообразования</td> </tr> <tr> <td>калькулирование по полным затратам</td> </tr> <tr> <td>параметрические методы</td> </tr> </table>	метод удельного ценообразования	калькулирование по полным затратам	параметрические методы	2	1	
метод удельного ценообразования								
калькулирование по полным затратам								
параметрические методы								
SingleSelection	Убыточным лидером продаж называется товар:	<table border="1"> <tr> <td>продаваемый по цене ниже себестоимости</td> </tr> <tr> <td>продаваемый с минимальной прибылью ради привлечения других товаров фирмы</td> </tr> <tr> <td>с максимальным объемом продаж</td> </tr> </table>	продаваемый по цене ниже себестоимости	продаваемый с минимальной прибылью ради привлечения других товаров фирмы	с максимальным объемом продаж	1	1	
продаваемый по цене ниже себестоимости								
продаваемый с минимальной прибылью ради привлечения других товаров фирмы								
с максимальным объемом продаж								
SingleSelection	Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:	<table border="1"> <tr> <td>при высокой эластичности спроса по цене</td> </tr> <tr> <td>при низкой эластичности спроса по цене</td> </tr> <tr> <td>при единичной эластичности спроса по цене</td> </tr> </table>	при высокой эластичности спроса по цене	при низкой эластичности спроса по цене	при единичной эластичности спроса по цене	3	1	
при высокой эластичности спроса по цене								
при низкой эластичности спроса по цене								
при единичной эластичности спроса по цене								

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Методология формирования и управления ценами в маркетинге.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Задание «Управление эластичностью».

Фирма, работающая на рынке с эластичным спросом, заинтересована в повышении чувствительности потребителей к цене товара. Какими способами она может воспользоваться для управления «ценочувствительностью» покупателей своей продукции?

Задание «Управление эластичностью 2»

Организация, работающая на рынке с неэластичным спросом, заинтересована в понижении чувствительности потребителей к цене товара. Какими способами она может воспользоваться для управления «ценочувствительностью» покупателей своей продукции?

Задание «Факторы эластичности спроса»

Каковы основные факторы, влияющие на эластичность спроса? Опираясь на эти факторы, порассуждайте об эластичности или неэластичности спроса на следующие продукты: а) алкоголь; б) автомобили; в) учебники.

Задание «Величина эластичности»

Цена на мясо повысилась на 10%, спрос при этом уменьшился на 3%. Определить эластичность спроса.

Задачи на методы ценообразования

Задача 1.

Рассчитайте цену электродвигателя методом удельных показателей, если известны следующие данные:

- мощность нового двигателя – 30 кВт;
- мощность базового двигателя – 20 кВт;
- цена базового двигателя – 400 тыс. руб.

Задача 2.

Выпускаемый автомобиль стоил 620 тыс. руб. Затем к нему добавили кондиционер, стоимость изготовления которого и монтирование на выпускаемом автомобиле составляет 70 тыс. руб. Определите агрегатным методом цену нового автомобиля при 25%-ной рентабельности.

Задача 3.

Предприятие планирует выпуск нового изделия:

- а) рассчитать цену изделия, если себестоимость его изготовления составляет 500 руб., рентабельность данной продукции - 25% по отношению к полной себестоимости;
- б) рассчитать цену изделия, если себестоимость его изготовления составляет 500 руб., из них затраты по оплате труда - 250 руб., рентабельность данной продукции – 70% по отношению к фонду оплаты труда.

Задача 4.

Фирма устанавливает цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем производства равен 35000 шт. Предполагаемые затраты составят, руб.:

Прямые затраты сырья и материалов на единицу продукции2

Прямые затраты на оплату труда на единицу продукции1

Общая сумма постоянных затрат50000

Проект потребует дополнительного финансирования (кредита) в размере 100000 руб. под 25% годовых.

Рассчитайте цену нового изделия: а) методом маржинальных затрат; б) методом рентабельности инвестиций.

Задача 5.

Предприятие по производству предметов домашнего обихода желает установить цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем производства равен 10000 шт. Предположительно затраты составят, руб.:

Прямые затраты сырья и материалов на единицу изделия10

Прямые затраты на оплату труда на единицу изделия4

Задача 6.

Фирма планирует сумму постоянных затрат 2млн. руб. в год и надеется получить 4 млн. руб. прибыли.

Рассчитайте цену методом маржинальных затрат.

Задача 7.

Товар закуплен по цене 100 руб. за шт. При последующей перепродаже делается 23%-ная скидка на основе цены реализации. Вычислить цену реализации.

Задача 8.

Требуется определить цену мотора мощностью 710 л.с. Для расчета привлечена конкурентная цена 1 млн руб. для мотора мощностью 400 л.с. Коэффициент торможения цены, подсчитанный по прейскуранту компании производителя для данного оборудования, составляет 0,7.

Задача 9.

Организация, выпускающая холодильники, считает, что розничная цена на одну из ее моделей может быть установлена на уровне 35000 руб. При этом скидка розничной торговле составит 30% от конечной цены, наценка оптовой торговли – 25% к цене приобретения, собственная прибыль фирмы – 20% от затрат. Каковы должны быть издержки производства данной модели?

Задача 10.

Имеется информация, относящаяся к магазину, который в настоящее время продает 25 000 пар обуви в год.

Цена продаж пары обуви, руб. – 2400.

Закупочная цена за пару обуви, руб. – 2050.

Совокупные постоянные издержки за год, тыс. руб. – 1800.

Ответы на каждый вопрос дайте независимо от той информации, которая содержится в других заданиях.

1. Определите точку безубыточности. Рассчитайте прибыль (убытки) магазина.

2. Если бы за реализацию одной пары обуви были введены комиссионные в размере 5% от цены продаж, сколько пар обуви нужно было бы реализовать ежегодно, чтобы прибыль увеличилась на 20% по сравнению с базовым уровнем?

3. Предположим, что на следующий год предполагается провести дополнительную рекламную кампанию, которая обойдется в 200000 руб., в то же время цены реализации должны быть увеличены на 10%. Какой будет точка безубыточности? При каком объеме продаж прибыль увеличится на 20%? Какой должна быть эластичность спроса по цене, чтобы при увеличении цены на 10% обеспечить необходимый объем продаж?

Задача 11.

Постоянные издержки за год составляют 600000 руб., цена реализации единицы продукции – 200, переменные издержки на единицу продукции – 120 руб., текущий объем реализации – 8200 шт., определите:

1. Какую прибыль получит предприятие после сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 80000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится?

2. Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 280000 руб. от реализации 8200 единиц продукции?

3. Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 67500 руб. арендной платы в связи с расширением производственных мощностей?

Пример расчета цен на услуги по методу «себестоимость + норма прибыли»:

Вы оказываете услуги по написанию текстов и в среднем пишете 100 тыс. знаков в месяц. При этом ваши расходы на налоги, рекламу, аренду рабочего места и другие расходы за месяц составляют 10000 руб. Вам хочется зарабатывать 30000 руб. Значит, выполняя заказы в объеме 200 тыс. знаков вам нужно установить цену на услуги:

$$(10000 \text{ руб.} + 30000 \text{ руб.}) / 100 = 400 \text{ руб. за } 1000 \text{ знаков}$$

Пример формирования цен на услуги, исходя из экономического эффекта:

До проведения аудита консультантом, в интернет-магазине покупали товаров на 1000 тыс. рублей в месяц. После внедрения рекомендаций по улучшению сайта оборот вырос до 1200 тыс. руб. в месяц. Консультант, проводивший аудит, получает 30% от дополнительного оборота в 200 тыс. рублей – итого его доход составит $200 * 30\% = 60$ тыс. рублей.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена.

Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но

достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в

пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 3. Исследование цен в маркетинге

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Темы рефератов

Тема 1 Опыт сбора информации о ценах региональными отечественными, международными организациями в различных сферах.

Тема 2 Опыт использования показателей анализа результатов тестирования цены компаниями в различных отраслях и сферах.

Тема 3 Анализ соответствия применения методов тестирования цены в различных ситуациях.

Тема 4 Оценка структуры цены.

Тема 5 Прогнозирование цен региональными компаниями.

Тема 4. Ценообразование в отдельных отраслях и сферах деятельности

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Темы рефератов

Тема 1 Ценообразование в добывающей промышленности России и зарубежных странах.

Тема 2 Ценообразование на строительном рынке региона.

Тема 3 Ценообразование в общественном транспорте Калининградской области с учетом конкурентной типологии рынка – прошлое и настоящее.

Тема 4 Ценообразование в грузоперевозках транспортными компаниями с учетом геополитического положения Калининградской области.

Тема 5 Ценообразование в сельском хозяйстве региона с учетом геополитического положения Калининградской области.

Тема 6 Ценообразование в сфере образовательных услуг высшего профессионального образования.

Тема 7 Цена спортсмена – опыт России и зарубежных стран.

Тема 8 Конкуренция и цены на рынке услуг здравоохранения страны и региона.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная

идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет без оценки**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными

материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

Проверяемые компетенции:

ОПК-4	Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	--

Вопросы к зачету:

1. Основные понятия категории «цена».
2. Какова роль категории «цена» в рыночной экономике.
3. Какова роль категории «цена» в маркетинге.
4. Исследование понятия «цена» в период до н.э.
5. Исследование понятия «цена» в Древней Греции и Древнем Риме.
6. Исследование понятия «цена» в средневековье.
7. Исследование понятия «цена» в классической политэкономии.
8. Цена в исследованиях К.Маркса.
9. Цена в исследованиях ученых XX века.
10. Цена в современных экономических исследованиях.
11. Функции цен.
12. Критерии системы цен.
13. Классификация и виды цен.
14. Спрос как ценообразующая категория
15. Предложение как ценообразующая категория
16. Процесс формирования рыночного равновесия и равновесной цены.
17. Связь категорий «цена» и «стоимость»
18. Теории стоимости.
19. Особенности на рынке чистой конкуренции.
20. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
21. Ценообразование на рынке олигополии.
22. Ценообразование на рынке монополии.
23. Какую роль играет цена в маркетинговой деятельности организации?
24. Назовите основные принципы ценообразования.
25. В чем необходимость первичности ценовой политики в процессе ценообразования.
26. Виды ценовых политик
27. Связь ценовой политики с жизненным циклом товара.
28. Ценовые стратегии как следствие ценовой стратегии организации
29. Виды ценовых стратегий
30. Этапы формирования ценовой стратегии
31. Общая структура методов ценообразования
32. Затратные методы ценообразования
33. Параметрические методы ценообразования
34. Рыночные методы ценообразования
35. Издержки как элемент расчета цен, виды издержек

36. Расчет точки безубыточности и ее роль в системе ценообразования с позиции маркетинга.
37. Структура себестоимости продукции (работ, услуг).
38. Классификация затрат по статьям калькуляции.
39. Методы калькулирования себестоимости.
40. Смета затрат – назначение и структура.
41. Процесс ценообразования.
42. Скидки как тактический прием ценообразования, их виды.
43. Надбавки как тактический прием ценообразования, их виды.
44. Наценки как тактический прием ценообразования, их виды.
45. Продажа товаров в кредит как тактический прием ценообразования.
46. Тактика «ценовых градаций».
47. Выставление цены с помощью надписей
48. Выставление цены с помощью рисунков
49. Процессы использования зазывных цен как тактического приема в ценообразовании.
50. Назовите источники информации о ценах
51. Каковы основные задачи системы наблюдения за ценами в маркетинге
52. Назовите основные показатели анализа результатов тестирования цены.
53. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «Предельной цены», «Цены увеличения продаж».
54. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «Психологической цены», «Ван Вестерндорпа»,
55. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «PSM», «RBR»
56. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «Лестница цен», «Ценовых предпочтений»,
57. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «BPTO» «RSS»
58. Дайте характеристику таким методам тестирования цены как «Марочного переключения спроса», «Переключения спроса в рамках товарной линии»
59. Охарактеризуйте инструменты оценки структуры цены.
60. Назовите методы прогнозирования цен.
61. Особенности и структура цены в добывающей промышленности.
62. Особенности и структура цены в электроэнергетике.
63. Ценообразование, строительстве,
64. Ценообразование транспорте,
65. Ценообразование сельском хозяйстве.
66. Ценообразование в сфере услуг.
67. Ценообразование в сфере.
68. Ценообразование в сфере образования.
69. Ценообразование в спорте.
70. Ценообразование в здравоохранении.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура,

логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение рефератов, тестов, задач, а так же посещаемость занятий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине

	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Посещаемость	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,2	0,1	0,1	0,4	1
оценка						

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2017. - 1 on-line, 437 с.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Маркетинговое ценообразование : учебное пособие / составитель Л. В. Алексахина. — Керчь : КГМТУ, 2020. — 65 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140612> (дата обращения: 03.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Потехина, Е. В. Ценообразование : учебное пособие / Е. В. Потехина. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147559> (дата обращения: 03.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Кудрявцева, И. Г. Коммерческое ценообразование: Курс лекций : учебное пособие / И. Г. Кудрявцева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 185 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163920> (дата обращения: 03.03.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Ардзинов, В. Д. Ценообразование в строительстве и оценка недвижимости: [учеб.-практ. пособие]/ В. Д. Ардзинов, В. Т. Александров. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2013. - 384 с.: табл. - (Строительный бизнес). - Библиогр.: с. 380-384 (144 назв.). *(Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))*

2. Баздникин, А. С. Цены и ценообразование: учеб. пособие : для студентов вузов/ А. С. Баздникин. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: Юрайт: Юрайт, 2011. - 370 с.: ил. - (Основы наук). - Библиогр.: с. 369-370 (25 назв.). *(Имеются экземпляры в отделах: НА(1))*

3. Гасилов, В. В. Ценообразование и сметное нормирование в строительстве: учеб. пособие для сред. проф. образования/ В. В. Гасилов, А. С. Овсянников. - М.: Академия, 2011. - 319, [1] с.: ил., табл. - (Среднее профессиональное образование. Строительство). - Библиогр.: с. 316-317. *(Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N9(1))*

4. Лесник, А. Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом: учеб. пособие/ А. Л. Лесник. - СПб.: Интермедия, 2013. - 269 с. *(Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N6(1))*

5. Липсиц, И. В. Ценообразование: учеб.-практ. пособие/ И. В. Липсиц; Гос. ун-т - высш. шк. экономики. - М.: Юрайт, 2011. - 399 с.: ил., табл. - (Учебники ГУ - ВШЭ). - (Основы наук). - Библиогр.: с. 392-396 (67 назв.). - Предм. указ.: с. 397-399. *(Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))*

6. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика: учеб. для бакалавров/ Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. - Москва: Юрайт, 2014. - 231 с.: ил., табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 230-231 (23 назв.). *(Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))*

7.4. Нормативные документы

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).
7. <http://www.aup.ru/> - библиотека административно-управленческого портала.
8. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
9. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
10. <http://www.worldscinet.com> - международные научные журналы издательства WorldScientificPublishing
11. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
12. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
13. <http://eur.ru/Catalog/63-All.asp> - электронная библиотека «Экономика и управление на предприятии»
14. <http://www.umniylogist.ru/poleznoe/handbook/inkoterms-2010.html> - Международные правила Инкотермс 2010 (Incoterms 2010)
15. <http://www.cfin.ru/press/practical/1999-01/01.shtml> - обзор методов исследования цены
16. http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/pricing/price_sencivity.htm - измерение чувствительности к цене
17. <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/cena-opredelenie/> - введение в теорию ценообразования
18. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/pricing_methods/ - записки маркетолога – методы ценообразования
19. <http://www.inventech.ru/lib/cost/cost-0033/> - Центр креативных технологий – Цели ценообразования
20. <http://cribs.me/marketing/znachenie-tsenoobrazovaniya-v-marketinge-metody-tsenoobrazovaniya> - Значение ценообразования в маркетинге. Метод ценообразования
21. <http://www.mavriz.ru/articles/2002/4/48.html> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Классификация методов ценообразования
22. http://uchebnikionline.com/marketing/marketing_-_butenko_nv/etapi_protsestu_tsinoutvorennya.htm - Бутенко Н.В. «Этапы процесса ценообразования»
23. <http://ppt4web.ru/ehkonomika/cenoobrazovanie-v-marketinge.html> - Презентация на тему «Ценообразование в маркетинге»
24. <http://marketing-now.ru/osnovyi-marketinga/metodyi-tsenoobrazovaniya-v-marketinge/> - С.Гридюшко «Методы ценообразования в маркетинге»
25. <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/prodazhi-i-marketing/metody-cenoobrazovaniya-v-marketinge-top-7-sposobov-po-realizacii-uspeshnoj-cenovoj-politiki> - Методы ценообразования в маркетинге: ТОП-7 способов по реализации успешной ценовой политики

26. <http://www.strategplann.ru/tsenovaja-politika/> - Стратегия и управление – Ценовая политика в маркетинге
27. <http://hr-portal.ru/article/strategii-cenoobrazovaniya-v-marketinge> - Стратегия ценообразования в маркетинге
28. http://guar.ru/guar/kaf81/lek/c_obr.pdf - Золотухин О.И. Ценообразование
29. http://www.std72.ru/dir/marketing/osnovy_marketinga_uchebnik_golubkov_e_p/12_1_cenoobrazovanie_v_sisteme_marketinga/228-1-0-3993 - Ценообразование в системе маркетинга
30. http://uchebnikonline.com/marketing/marketingova_tsinova_politika_-_litvinenko_yav/marketingova_tsinova_politika_-_litvinenko_yav.htm - Литвиненко Я.В. Маркетинговая ценовая политика
31. http://www.e-college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=part-008*page.htm – Ценообразование на рынке образовательных услуг
32. <http://www.mavriz.ru/articles/2003/3/180.html> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Белый Е.М. Ценообразование на образовательные услуги в государственных вузах
33. <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport/pricing-for-athletes/> - Галкин. В.В. Ценообразование на спортсменов
34. <http://www.stomfak.ru/organizatsiya-zdravoohraneniya/tsenoobrazovanie-v-zdravoohranenii.-printsipy-tsenoobrazovaniya.html> - Ценообразование в здравоохранении
35. www.4p.ru - Теория и практика маркетинга. Свободный доступ к результатам различных маркетинговых исследований.
36. www.comcon-2.com - Теория количественных и качественных исследований (определение оптимальной цены, объема рынка, рыночных возможностей и т.д.). Публикации.
37. <http://www.e-smeta.ru/smety> - примеры смет

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на

несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Цифровая организация бизнеса»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Цифровая организация бизнеса»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	4
4.2. Тематика лабораторных занятий.....	5
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	6
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	6
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	6
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.3.1 Практические задания.....	8
6.3.2 Темы рефератов и презентаций.....	12
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	15
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций..	18
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
7.1. Основная учебная литература	18
7.2. Дополнительная учебная литература	18
7.3. Нормативные документы.....	19
7.4. Для самостоятельной работы	19
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	19
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	20
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	21
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

Наименование дисциплины (модуля)

«Цифровая организация бизнеса»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Цифровая организация бизнеса» является предоставление понимания студентами основных теоретических и практических основ осуществления предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">– основные понятия Интернет-экономики– основные технологические и отраслевые информационные платформы– особенности управления бизнесом с использованием сети Интернет	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
Уметь: <ul style="list-style-type: none">– использовать методы расчета основных экономических показателей деятельности предприятий в сфере Интернет-экономики– выбирать оптимальные маркетинговые средства для работы организаций в сфере Интернет		
Владеть навыками: <ul style="list-style-type: none">– способен разрабатывать программу развития организации в сфере Интернет;– выбирать оптимальные пути и мероприятия развития предприятия в сети Интернет		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Цифровая организация бизнеса» представляет собой дисциплину части, формируемой участниками образовательных отношений профессионального цикла (Б1.В.05) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5		Цифровая организация бизнеса	Бухгалтерский учет Интернет- предпринимательство Интернет-маркетинг Реклама и HR Анализ хозяйственной деятельности Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на _____ 2 _____ курсе в _____ 3 _____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	24
Практические	-
Контролируемая самостоятельная работа	8
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	48,25
Самостоятельная работа	131,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия лабораторного типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия	36	4	10	-	20	2		
Тема 2. Особенности управления бизнесом в цифровой экономике	48	4	10	8	24	2		
Тема 3. Интернет- платформы	48	4	10	8	24	2		
Тема 4. Интернет- маркетинг	47	4	10	8	23	2		
Итого	180	16	40	24	91	8	0,25	0,75
Контактная работа	48,25	16		24		8	0,25	
Самостоятельная работа	131,75		40		91			0,75
Промежуточная аттестация		Зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия	Цифровое предприятие: сущность, отличия от традиционного предприятия, преимущества и недостатки. Роль технологических инноваций в деятельности цифрового предприятия: виртуализация, информатизация, автоматизация. Организационные инновации: переход к сетевой модели функционирования. Цифровые, традиционные и переходные предприятия. Перспективные направления цифрового предпринимательства.
2.	Особенности управления бизнесом в цифровой экономике	Характеристики техники и технологий в цифровой экономике. Большие данные и аналитика. Открытость бизнеса. Эффективность бизнеса в цифровой экономике. Стратегии цифровых компаний. Сущность интернет-занятости и ее разновидности. Выгоды и риски интернет-занятости с точки зрения основных стейкхолдеров. Создание инфраструктуры для интернет-занятости.

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
3.	Интернет-платформы	Интернет-платформы: сущность и особенности организации деятельности. Бизнес-модели интернет-платформ. Риски интернет-платформ для традиционного бизнеса.
4.	Интернет-маркетинг	Маркетинговые, технологические и сервисные факторы продвижения интернет-магазина. Способы создания интернет-представительства. Способы организации доставки товара потребителю. Роль сотрудничества с внешними контрагентами для успеха интернет-магазина Интернет-торговля: сущность, преимущества и недостатки. Классификация торговых предприятий по степени сочетания традиционных и электронных инструментов ведения торговой деятельности. Основные направления эволюции интернетторговли. Омниканальная (интегрированная) модель. Феномен паразитирования. Смена маркетингового предложения при выходе торговой (сервисной) компании в Интернет

4.2. Тематика лабораторных занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
2.	Особенности управления бизнесом в цифровой экономике	Выполнение практических заданий по теме занятия
3.	Интернет-платформы	Выполнение практических заданий по теме занятия
4.	Интернет-маркетинг	Выполнение практических заданий по теме занятия

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия	Подготовка реферата, доклада и презентации к защите реферата по теме занятия.
2.	Особенности управления бизнесом в цифровой экономике	Подготовка реферата, доклада и презентации к защите реферата по теме занятия. Работа с дополнительными источниками и сбор материалов для выполнения практических заданий
3.	Интернет-платформы	Подготовка реферата, доклада и презентации к защите реферата по теме занятия. Работа с дополнительными источниками и сбор материалов для выполнения практических заданий
4.	Интернет-маркетинг	Подготовка реферата, доклада и презентации к защите реферата по теме занятия. Работа с дополнительными источниками и сбор материалов для выполнения практических заданий

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия	ОПК-5	Реферат		устно
Тема 2. Особенности управления бизнесом в цифровой экономике	ОПК-5	Реферат Практические задания		устно письменно
Тема 3. Интернет- платформы	ОПК-5	Реферат Практические задания		устно письменно
Тема 4. Интернет- маркетинг	ОПК-5	Реферат Практические задания		устно
	ОПК-5		Зачет (тест)	письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1.	Знание основных цифровой организации бизнеса, типовых технологий и отраслевых информационных платформ	1,2
2.	Овладение методами расчета основных экономических показателей деятельности предприятий в сфере Интернет-экономики, выбора маркетинговых средств для работы организации в сфере Интернет	3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Уметь использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства	Знает основные понятия Интернет-экономики, технологическое и отраслевые платформы	Знает Интернет-экономики, технологические и отраслевые платформы, умеет обоснованно выбирать маркетинговые средства для работы организаций в сфере Интернет	Знает Интернет-экономики, технологические и отраслевые платформы, умеет обоснованно выбирать маркетинговые средства для работы организаций в сфере Интернет и разрабатывать программу развития организации в сфере Интернет	Кейсы, реферат, зачет (тест)

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения,	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем,	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения

отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Практические задания

Тема 2. Особенности управления бизнесом в цифровой экономике

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

Пример кейса «КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ПО ТИПУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ»

Цель работы: научиться применять классификацию Интернет-ресурсов для электронной коммерции по типу взаимодействия.

Задачи работы:

- изучить Интернет-ресурсы различных секторов электронной коммерции;
- приобрести навыки по классификации Интернет-ресурсов для электронной коммерции по типу взаимодействия.

Задание 1. Для каждой модели электронной коммерции (ЭК), указанной в вашем варианте, найдите в сети Интернет три электронных ресурса. Создайте и заполните таблицу (форму таблицы разработать самостоятельно).

ВАРИАНТ	ЗАДАНИЕ
I.	B2C, C2C, G2B, C2B, G2G
II.	C2B, B2C, B2G, G2B, B2B
III.	B2B, G2C, B2C, C2B, G2B
IV.	G2C, C2B, C2C, B2B, B2G
V.	B2G, G2C, B2C, C2C, B2B

Задание 2. Найдите в российском сегменте сети Интернет две компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 8–11 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга. Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний. Подготовьте отчет в следующем виде:

Позиции для сравнения	Компания 1	Компания 2
Название		
Адрес в Интернете		
Основная деятельность		
Целевые клиенты		
Основные характеристики		
Характеристика 1		
Характеристика 2		
...		
Характеристика 11		

Контрольные вопросы:

1. Перечислите основные модели электронного бизнеса в России.
2. Какие из перечисленных (п.1) основных моделей электронного бизнеса в России можно отнести к электронной коммерции?
3. С какого времени возможности Интернета используются в России для электронной коммерции?
4. Что представляет собой электронная коммерция?
5. Перечислите основные типы взаимодействия в электронной коммерции, и приведите примеры модели взаимодействия B2B.
6. Перечислите существующие типы взаимодействия в электронной коммерции, и приведите примеры модели взаимодействия B2C.
7. Какие типы взаимодействия в электронной коммерции вы знаете?
8. Приведите примеры модели взаимодействия C2C.

Тема 3. Интернет- платформы

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

Пример кейса «ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»

Цель работы: знакомство с электронными платежными системами.

Задачи работы:

- Проанализировать возможности одной из систем интернетбанкинга;
- Проанализировать возможности одной из электронных платежных систем;
- Провести сравнительный анализ двух систем электронных расчетов.

Задание 1. Знакомство с интернет-банкингом на примере интернетбанка (*по выбору*). Зайдите в интернет-банк «***» по ссылке https://***/ Ознакомьтесь возможностями, которые физическому лицу предоставляет интернет-банк «***». Подготовьте отчет с ответами на следующие вопросы:

- Как физическое лицо может воспользоваться интернет-банком «***» и как оформить данную услугу;
- Какие услуги каких компаний и каким образом физическое лицо может оплатить с помощью интернет-банка «***»;
- Какие платежи и переводы можно осуществлять с помощью интернет-банка «***»;
- Какого типа карты обслуживает интернет-банк «***»;
- Какие комиссии взимает за обслуживание интернет-банк «***»;
- Как обеспечена безопасность в интернет-банке «***».

Задание 2. Знакомство с электронной платежной системой на примере электронного кошелька «Яндекс.Деньги».

Зарегистрируйте свой электронный кошелек в платежной системе «Яндекс.Деньги». Ознакомьтесь с возможностями, которые физическому лицу предоставляет система «Яндекс.Деньги». Подготовьте отчет с ответами на следующие вопросы:

- Что необходимо сделать, чтобы получить электронный кошелек в системе «Яндекс.Деньги»;
- Какие операции позволяет осуществлять система «Яндекс.Деньги» с помощью электронного кошелька;
- Опишите функционал электронного кошелька «Яндекс.Деньги».

Задание 3. Сравнение возможностей двух электронных платёжных систем.

Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой, которая соответствует вашему варианту по предложенным характеристикам:

Позиции для сравнения	Платежная система	
	<i>Яндекс.Деньги</i>	<i>Свой вариант</i>
Основные возможности		
Процесс регистрации		
Процесс ввода денег		
Процесс вывода денег		
Взимаемые комиссии		
Сервис и дополнительные услуги		

Контрольные вопросы:

1. Какие основные операции включают системы интернет-банкинга?
2. Какие виды электронных расчётов вы знаете?

3. Какие достоинства и недостатки можно выделить при осуществлении расчётов в кредитной системе?

4. Каким образом осуществляются расчёты в платёжной интернет-системе?

Тема 4. Интернет- маркетинг

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

Пример кейса «ИЗУЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»

Цель работы: знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора B2C (Business-toCustomers).

Задачи работы:

- Проанализировать структуру одной из основных моделей электронного бизнеса в России, относящейся к электронной коммерции, а именно, интернет-магазина;
- Смоделировать процесс покупки в интернет-магазине выбранного товара;
- Провести сравнительный анализ нескольких интернет-магазинов по предложенным критериям.

Задание. Найдите в Интернете 4 интернет-магазина, торгующих продукцией в соответствии с товарной группой вашего варианта (*товар по выбору*). Заполните таблицу 1 информацией о выбранных интернет-магазинах (в последней колонке укажите название товара, который планируете заказывать во всех магазинах). Осуществите моделирование процесса заказа покупки выбранного товара во всех 4-х интернет-магазинах.

Примечание:

При моделировании процесса покупки подтверждение заказа ДЕЛАТЬ НЕ НАДО! ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ВВОДИТЕ ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ НЕ СООТВЕТСТВУЮТ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ.

Позиции для сравнения	Магазин 1	Магазин 2	Магазин 3	Магазин 4
Наименование				
Адрес в Интернете				
Характеристики				
1. Оценка товарного ассортимента (наличие разделов и подразделов)				
2. Количество шагов для поиска товара (при использовании меню и поисковой системы)				
3. Полнота текстового описания товара/услуги				
4. Наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страницы				
5. Наличие и условия регистрации посетителя				
6. Предлагаемые условия оплаты				
7. Предлагаемые условия доставки				
8. Предлагаемые дополнительные услуги при формировании корзины				
9. Достоинства пользовательского интерфейса				
10. Недостатки пользовательского интерфейса				

Примечание: При оценке характеристик интернет-магазина, указанных в пунктах 1-8, использовать 5-ти балльную шкалу.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение интерне-магазина.

2. Перечислите ключевые моменты из определения, данного в ГОСТ Р 51303- 2013 «Торговля. Термины и определения».

3. Назовите характерные черты интернет-магазина.

4. Какие вы знаете системы классификации Интернет-магазинов?

5. Перечислите отличия интернет-витрины от интернет-магазина.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.2 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Тема 1. Цифровая организация бизнеса: сущность и основные понятия

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

1. Перспективные направления цифрового предпринимательства.
2. Сущность Интернета вещей.
3. Технологии функционирования интернета вещей.
4. Четвертая промышленная революция и ее характеристики.

5. Проблемы формирования нового промышленного уклада.
6. Развитие цифровых технологий в производстве
7. Развитие цифровых технологий сфере услуг.
8. Этапы и стадии развития цифровой экономики.

Тема 2. Особенности управления бизнесом в цифровой экономике

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

1. Характеристики техники и технологий в цифровой экономике.
2. Большие данные и аналитика.
3. Эффективность бизнеса в цифровой экономике.
4. Стратегии цифровых компаний.
5. Сущность финтеха.
6. Виды финансовых технологий.
7. Краудфинансирование: разновидности.
8. Кросс-секторная миграция и экосистемы.
9. Матрица «инновационность компании – инновационность продукта».
10. Сущность интернет-занятости.
11. Инфраструктура интернет-занятости.
12. Интернет-вещей.
13. Виртуальная и дополненная реальность.
14. Автономные роботы.
15. Агротех
16. Проблемы открытости бизнес в цифровой экономике.
17. Проблемы защиты информации
18. Перспективы BigData

Тема 3. Интернет- платформы

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

1. Платформы как экономические катализаторы.
2. Проблемы функционирования платформ в России.
3. Зарубежный опыт в реализации технологических платформ.
4. Интернет-платформы: сущность и преимущества.
5. Виды интернет-платформы.
6. Стратегии интернет-платформ.
7. Ценообразование интернет-платформ
8. Бизнес-экосистема и ее особенности.
9. Подходы к формированию экосистем.
10. Экосистема разработчиков и экосистема инноваций.
11. Инструменты бизнес-экосистем.

Тема 4. Интернет- маркетинг

Проверяемые компетенции

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

1. Преимущества и недостатки интернет-торговли.

2. Классификация торговых предприятий по степени сочетания традиционных и электронных инструментов.
3. Интегрированная модель организации торговли.
4. Комплекс-интернет маркетинга: структура и состав.
5. Оффлайн-компонент при организации интернет-торговли.
6. Социальные сети как инструмент создания веб-представительства.
7. Организация продаж через маркетплейс.
8. Модель диффузий инноваций.
9. Сенсорный маркетинг
10. Нейромаркетинг.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

Дескрипторы для поэлементного оценивания

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме курсовой работы; - соответствие содержания теме и плану курсовой работы; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему курсовой работы; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Опрос проводится в тестовой форме.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
-------	--

Вопросы к зачету:

1. Цифровые технологии и их свойства.

2. Понятие цифровой экономики.
3. Этапы и стадии развития цифровой экономики.
4. Развитие цифровых технологий в производстве и сфере услуг.
5. Особенности цифровых технологий.
6. Применение цифровых технологий в экономике.
7. Цифровые технологии и общество.
8. Обеспечение безопасности цифровых технологий.
9. Сущность Интернета вещей.
10. Проблемы и перспективы развития Интернета вещей в России.
11. Технологии функционирования интернета вещей.
12. Четвертая промышленная революция и ее характеристики.
13. Проблемы формирования нового промышленного уклада.
14. Характеристики техники и технологий в цифровой экономике.
15. Большие данные и аналитика. открытость бизнеса.
16. Эффективность бизнеса в цифровой экономике.
17. Стратегии цифровых компаний.
18. Отраслевые платформы и платформенные технологии.
19. Платформы как экономические катализаторы.
20. Проблемы функционирования платформ в России.
21. Зарубежный опыт в реализации технологических платформ.
21. Бизнес-экосистема и ее особенности.
22. Подходы к формированию экосистем.
23. Экосистема разработчиков и экосистема инноваций.
24. Инструменты бизнес-экосистем.
25. Оценка изменений рынка. Модель диффузий инноваций.
26. Барьеры и пути новинок, способы их преодоления.
27. Инновации в маркетинге: сенсорный маркетинг, нейромаркетинг, цифровой маркетинг.
28. Новые роли потребителей.
29. Коммерция и ее роль в экономике. Виды коммерции.
30. Сущность и особенности электронной коммерции.
31. Интернет как инструмент реализации экономической деятельности.
32. Модели организации электронной коммерции.

Пример тестового задания для зачета:

1. Особенностью четвертой промышленной революции является:
 - а) ориентация на человека
 - б) движение к дегуманизации
 - в) искусственный интеллект и умные взаимосвязанные машины
 - г) вытеснение из производства фактора труда.
2. Глобальный характер четвертой промышленной революции связан:
 - а) с охватом всех стран и народов;
 - б) со стиранием временных и пространственных границ в движении капитала;
 - в) с развитием сетевой информационной экономики
 - г) с уменьшением индивидуализации потребностей человека
3. При переходе к цифровой экономике:
 - а) растет производительность капитала и труда

- б) труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом
 - в) расширяется рынок капитала и сужается рынок труда
4. В результате цифровой трансформации прибыль компаний:
- а) стремительно растет
 - б) стремительно падает
 - в) остается неизменной в долгосрочном плане.
5. Расставьте сотрудников компании по возрастанию доли внешней информации необходимой им для выполнения должностных обязанностей
- а) исполнитель (вводчик данных)
 - б) среднего звена (руководитель проекта)
 - в) топ-менеджер (генеральный директор)
6. Какая из перечисленных компаний является генератором на информационном рынке?
- а) Консультант плюс
 - б) Федеральная служба государственной статистики
 - в) Консалтинговая компания
7. Понятие сетевой экономики подразумевает:
- а) Ведущую роль коммуникаций, в том числе экономических и социальных
 - б) Преимущественное значение телекоммуникационных сетей в развитии экономики
 - в) Хозяйственную деятельность, осуществляемую с помощью электронных сетей
8. Теория «постфордизма» основывается на возрастающей роли:
- а) Конвейерного производства
 - б) Производства уникальных товаров
 - в) Добычи природных ресурсов
9. Что является информационным ресурсом?
- а) Аннотация к изданию в базе данных
 - б) Статья, опубликованная в журнале
10. Какая технология не входит в перечень сквозных цифровых технологий (СЦТ) в проекте "Цифровые технологии"?
- а) Технологии виртуальной и дополненной реальности
 - б) Технологии квантовой телепортации
 - в) Блокчейн-технологии
 - г) Компоненты робототехники и сенсорики.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных заданий, качество ответов по заданиям кейсов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарских занятиях.

Промежуточный контроль проводится в форме тестирования и оценивается по четырехбалльной системе на основе шкалы, представленной в п. 6.3.3.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Лабораторные практические задания	Реферат	Промежуточный контроль (зачетформе теста)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,3	0,2	0,5	1
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает оценку:

«зачтено» - при итоговом рейтинге 3 балла и выше

«незачтено» - при итоговом рейтинге менее 3-х баллов

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Вайл, П. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения / П. Вайл, С. Ворнер ; перевод с английского И. Окуньковой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 257 с. — ISBN 978-5-9614-2184-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/125882>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Курчеева, Г. И. Менеджмент в цифровой экономике : учебное пособие / Г. И. Курчеева, А. А. Алетдинова, Г. А. Клочков. — Новосибирск : НГТУ, 2018. — 136 с. — ISBN 978-5-7782-3489-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118528>
2. Жданкин, Н. А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике : учебное пособие / Н. А. Жданкин. — Москва : МИСИС, 2020. — 252 с. — ISBN 978-5-907226-83-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147925>

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации

7.4. Для самостоятельной работы

1. Кобелев О.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Кобелев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 684 с. — 978-5-394-01738-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/60477.html>

2. Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.В. Крахоткина. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 129 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/66114.html>

3. Кузовкова, Т. А. Цифровая экономика и информационное общество : учебное пособие / Т. А. Кузовкова. — Москва : Московский технический университет связи и информатики, 2018. — 80 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/92450.html> (дата обращения: 16.04.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.В. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с. — 978-5-394-02474-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/60599.html>

2. Курчеева, Г. И. Менеджмент в цифровой экономике : учебное пособие / Г. И. Курчеева, А. А. Алетдинова, Г. А. Ключков. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 136 с. — ISBN 978-5-7782-3489-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/91240.html> (дата обращения: 16.04.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Росляков А.В. Интернет вещей [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Росляков, С.В. Ваяшин, А.Ю. Гребешков. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 135 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxу.ranepa.ru:3561/71837.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия..

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и участию в дискуссии

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;

- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

ПрограммаMicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Экономическая безопасность»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.3.1 Тестовые задания	13
6.3.2 Темы рефератов и презентаций	15
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	19
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций ..	21
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
7.1. Основная учебная литература.....	21
7.2. Дополнительная учебная литература	21
7.3. Для самостоятельной работы	22
7.4. Нормативные документы	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	24
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

**Наименование дисциплины (модуля)
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Экономическая безопасность» является дать знания сущности и основного содержания экономической безопасности государства, региона, предприятия, личности, основных критериев и показателей уровня безопасности, методов анализа коммерческого риска. Подготовить студентов к умению своевременно обнаруживать возникающие опасности и угрозы, противостоять им и применять полученные знания на практике.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: общие теоретические положения курса и его основные понятия; методологию формирования системы показателей для мониторинга; методы и инструменты предотвращения и локализации угроз	ОПК-2	Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания; при анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности		
Владеть: приемами организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия; навыками разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Экономическая безопасность» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.03.02) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Теория вероятностей и математическая статистика Математика Статистика Маркетинговые исследования Маркетинг Бухгалтерский учет Поведение потребителей	Экономическая безопасность	Финансовый менеджмент Маркетинговый анализ Маркетинговое консультирование Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение ВКР

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	10
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	50,25
Самостоятельная работа	57,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
1Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.	10	2	2	2	3	1		
2Служба экономической безопасности организации.	12	2	2	4	3	1		
3Физическая защита персонала коммерческой организации.	8	-	2	2	3	1		
4Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей.	12	2	2	4	3	1		
5Хищения в организациях и методы борьбы с ними.	11	2	2	2	4	1		
6Обеспечение информационной безопасности организации.	12	2	3	2	4	1		
7Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.	13	2	4	2	4	1		
8Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.	15	2	4	4	4	1		
9Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.	14	2	4	2	4	2		
Итого	108	8	25	24	32	10	0,25	0,75
Контактная работа	50,25	16		24		10	0,25	
Самостоятельная работа	57,75		25		32			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.	Понятие экономической безопасности предприятия. Характеристики предпринимательской деятельности. Основные положения экономической безопасности предприятия. Функциональные составляющие экономической безопасности предприятия. Структуры и особенности российского предпринимательства. Признаки предпринимательства. Предпосылки формирования и развития российского предпринимательства. Угрозы безопасности бизнеса: понятие и виды. Объективные и субъективные негативные воздействия. Внешние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса. Внутренние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса. Типичные причины появления угроз экономической безопасности предприятия.
2.	Служба экономической безопасности организации.	Служба экономической безопасности предприятия: понятие, задачи. Функции службы экономической безопасности. Структура службы экономической безопасности. Деятельность службы экономической безопасности. Система безопасности предприятия. Организация режима и охраны. Физическое обеспечение безопасности. Технические средства обеспечения безопасности предприятия. Рубежи охраны предприятия. Организация и осуществление пропускного режима. Разработка инструкций о пропускном режиме. Разработка мероприятий по осуществлению контрольно-пропускного режима. Оборудование КПП и их виды. Пропуск сотрудников, посетителей на объект и отдельные (категоризированные) помещения. Порядок пропуска на объект транспортных средств, вывоза продукции, документов и материальных ценностей. Виды пропусков и порядок их оформления.
3.	Физическая защита персонала коммерческой организации.	Частная детективная (сыскная) деятельность. Частная охранная деятельность. Смешанные формы детективной и охранной деятельности. Применение специальных средств и огнестрельного оружия при осуществлении частной охранной и детективной деятельности. Контроль и надзор за частной детективной и охранной деятельностью. Виды угроз и способы их реализации. Направления обеспечения безопасности персонала предприятия. Подразделение физической охраны персонала, цели и задачи его деятельности. Кадровое обеспечение подразделения охраны и требования к его сотрудникам. Системы обнаружения нарушителя, оборудование мониторинга, системы контроля доступа. Возможные места применения электронных средств контроля доступа. Конфигурация систем обеспечения безопасности. Охрана офисов и жилых помещений. Охрана при передвижении автомобильным транспортом. Технические средства охраны и личной безопасности. Правила личной безопасности. Сыскная деятельность в интересах охраны руководства и персонала предприятия.
4.	Обеспечение сохранности ценностей.	Охрана объектов и помещений. Виды объектов в зависимости от важности, типа охраны и сложности охраны. Технические средства приближения, прикосновения и взлома. Кражи, совершаемые при перевозке грузов автомобильным транспортом. Кражи, совершаемые при перевозке товаров железнодорожным транспортом. Кражи, совершаемые при перевозке воздушным транспортом
5.	Хищения в организациях и методы борьбы с ними.	Кражи и их отграничение от грабежей, разбойных нападений, мошенничества, присвоения, растраты и злоупотребления должностными полномочиями. Сферы деятельности, в которых персонал может совершать кражу. Системы мер, препятствующей совершению краж. Виды краж. Критерии проверки персонала на безопасность. Кражи, совершаемые в сетевых супермаркетах
6.	Обеспечение информационной безопасности организации.	Понятие «Коммерческая тайна». Порядок и методика определения сведений, составляющих коммерческую тайну. Источники коммерческой тайны. Типовое положение о коммерческой тайне: понятие, содержание. Виды каналов утечки информации. Организация защиты информации, составляющей коммерческую тайну. Носители

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>коммерческой тайны.</p> <p>Обеспечение безопасности в компьютерных системах предприятия.</p> <p>Направленные микрофоны. Акустический контроль. Стетоскопы как средство съема информации с близкого расстояния. Сканирующие приемники. Компьютерная безопасность. Нецелевые угрозы информационным системам предприятия. Целевые угрозы в компьютерных системах. Способы защиты информации в компьютерных системах.</p>
7.	Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.	<p>Мошенничество и его виды. Структуры российского мошенничества. Мошенник и его жертва. Перечень преступлений, возможных в выбранном виде бизнеса. Система мер по защите бизнеса от преступлений внешнего происхождения.</p> <p>Понятие деловой разведки и промышленного шпионажа. Цели и задачи деловой разведки. Правовая основа деловой разведки. Каналы и источники получения деловой информации. Способы ведения деловой разведки, формы и методы получения информации. Сбор информации из открытых и закрытых источников. Информационно-аналитическое обеспечение деловой разведки. Изучение делового партнера</p>
8.	Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.	<p>Роль персонала в обеспечении безопасности предприятия. Понятие профессионального отбора. Принципы организации профессионального отбора. Проблемы работы с персоналом в коммерческой структуре. Правила и порядок заполнения документов при приеме на работу. Заполнение анкеты и требования, предъявляемые к вопросам анкеты. Применение психодиагностических методик в исследовании персонала предприятия.</p> <p>Процесс увольнения кадров.</p>
9.	Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.	<p>Понятие кризиса. Оценка угроз. Прогнозирование и анализ потерь. Виды потерь: материальные, технические, финансовые, трудовые, потери времени и специальные виды потерь. Деятельность службы безопасности по оценке, прогнозированию и управлению угрозами в периоды кризисного развития.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
1.	Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.	<p>Сущность предпринимательской деятельности.</p> <p>Основные положения экономической безопасности объекта.</p> <p>«Экономическая безопасность организации»: определение и содержание.</p> <p>Понятие и виды угроз экономической безопасности организации.</p> <p>Источники угроз экономической безопасности.</p> <p>Внешние угрозы экономической безопасности.</p> <p>Внутренние угрозы экономической безопасности.</p> <p>Механизмы предотвращения угроз.</p>
2.	Служба экономической безопасности организации.	<p>Организация СЭБ, ее задачи и функции.</p> <p>Структура службы экономической безопасности.</p> <p>Правовые аспекты деятельности СЭБ.</p> <p>Организация и осуществление деятельности СЭБ.</p> <p>Разработка инструкций о пропускном режиме.</p> <p>Пропуск сотрудников, посетителей на объект и отдельные (категорированные) помещения.</p> <p>Технические средства.</p>
3.	Физическая защита персонала коммерческой организации.	<p>Частная охранная деятельность.</p> <p>Смешанные формы детективной и охранной деятельности.</p> <p>Подразделение физической охраны персонала, цели и задачи его деятельности.</p> <p>Технические средства охраны и личной безопасности.</p> <p>Правила личной безопасности</p>
4.	Обеспечение сохранности финансовых ценностей.	<p>Охрана объектов и помещений.</p> <p>Сейфы и хранилища.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
		Безопасность перевозок.
5.	Хищения в организациях и методы борьбы с ними.	Виды хищений. Отграничение кражи от смежных составов. Безопасность сетевых супермаркетов. Предотвращение хищений и краж. Действия сотрудников службы безопасности супермаркета при выявлении фактов краж и хищений.
6.	Обеспечение информационной безопасности организации.	Компьютерная безопасность. Нецелевые угрозы информационным системам предприятия. Целевые угрозы в компьютерных системах. Способы защиты информации в компьютерных системах. Процесс организации защиты информации.
7.	Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.	Мошенничество как вид предпринимательской деятельности. Структуры российского мошенничества. Деловая разведка и промышленный шпионаж. Франчайзинг, лизинг, ОАО, ПИФ, авторские права и патенты как финансовое инструменты обеспечения ЭБ организации.
8.	Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.	Принципы организации профессионального отбора. Проблемы работы с персоналом в коммерческой структуре. Применение психодиагностических методик в исследовании персонала предприятия. Процесс ротации и увольнения кадров.
9.	Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.	Мониторинг степени безопасности организации. Стратегии при возникновении различных видов угроз. Механизмы локализации и нейтрализации угроз в условиях кризиса.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.	Угрозы безопасности бизнеса: понятие и виды. Внешние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса. Внутренние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса.
2.	Служба экономической безопасности организации.	Деятельность службы экономической безопасности. Система безопасности предприятия. Организация режима и охраны.
3.	Физическая защита персонала коммерческой организации.	Подразделение физической охраны персонала, цели и задачи его деятельности. Технические средства охраны и личной безопасности. Правила личной безопасности.
4.	Обеспечение сохранности ценностей.	Сферы деятельности, в которых персонал может совершать кражу Системы мер, препятствующей совершению краж.
5.	Хищения в организациях и методы борьбы с ними.	Виды краж. Системы мер, препятствующей совершению краж. Мошенничество и его виды.
6.	Обеспечение информационной безопасности организации.	Закон «О коммерческой тайне». Типовое положение о коммерческой тайне: понятие, содержание. Виды каналов утечки информации. Организация защиты информации.
7.	Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.	Перечень преступлений, возможных в выбранном виде бизнеса. Система мер по защите бизнеса от преступлений внешнего происхождения. Деловая разведка и промышленный шпионаж. Правовая основа деловой разведки. Изучение делового партнера.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
8.	Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.	Роль персонала в обеспечении безопасности предприятия. Принципы организации профессионального отбора. Проблемы работы с персоналом в коммерческой структуре.
9.	Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.	Общие принципы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса. Модели антикризисного мониторинга. Особенности управления персоналом в период кризиса.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.	ОПК-2	дискуссия тест реферат	тест	устно письменно устно
Служба экономической безопасности организации.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Физическая защита персонала коммерческой организации.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Хищения в организациях и методы борьбы с ними.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Обеспечение информационной безопасности организации.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.	ОПК-2	дискуссия тест реферат		устно письменно устно
	ОПК-2		Зачет с оценкой	письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
Получение глубоких теоретико-практических знаний, касающихся механизмов обеспечения экономической безопасности	Знать общие теоретические положения курса и его основные понятия; При анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности; разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия;	1 1,2,4,7
Приобретение способностей к анализу рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Разрабатывать системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания;	4, 5, 7
Овладение инструментами и методами обеспечения экономической безопасности	Знать методы и инструменты предотвращения и локализации угроз; Владеть приемами организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия; При анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности; разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия;	1,2,3,4,5,6,7,8,9 1,4,5 1, 4, 5, 7, 9

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровнем самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2 - способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Уметь при анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности;	Иметь представления об источниках угроз организации	Уметь определять, ранжировать, характеризовать угрозы	Уметь пользоваться методиками обоснования возможности и опасности угроз	Беседа, дискуссия, контрольная работа, доклад, тест
Уметь разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия;	Уметь разработать систему мер по преодолению угроз организации	Уметь сопоставлять, сравнивать альтернативные методы противодействию угрозам	Дополнительно уметь обосновывать целесообразность предлагаемых мер	Беседа, дискуссия, контрольная работа, доклад, тест
Уметь разрабатывать системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания;	Знать и понимать как применить меры противодействию мошенничеству и хищениям	Уметь анализировать ситуацию и выявлять угрозы, обусловленные мошенническими действиями, а также уметь использовать меры противодействия	Более углубленно разбираться в механизмах диагностики и предотвращения хищений	Беседа, дискуссия, контрольная работа, доклад, тест

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» не зачтено или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Примеры тестов

Вопрос: 1:

Что из перечисленного ниже определяется защищенностью жизненно важных и законных интересов предприятия от внешних и внутренних угроз в различных противоправных формах?

- 1: Безопасность предприятия;
- 2: Конкурентоспособность предприятия;
- 3: Прибыль предприятия;
- 4: Уставной капитал предприятия;

Правильный ответ: 1.

Вопрос:2

Какой из перечисленных источников внешних угроз характеризуется нарушениями прав на промышленную собственность, подрыве репутации, дезорганизации производства и т.п.?

- 1: Неблагоприятная экономическая политика государства;
- 2: Недобросовестная конкуренция;
- 3: Кризисные явления в мировой экономике;

Правильный ответ: 2.

Вопрос:3

Какой из перечисленных уровней организации системы безопасности предприятия включает мероприятия по обеспечению безопасности хозяйствующего субъекта специфическими методами и средствами?

- 1: Административный уровень;
- 2: Оперативный уровень;
- 3: Технический уровень;
- 4: Режимно-пропускной уровень.

Правильный ответ: 2.

Вопрос:4

Какие из перечисленных факторов, угрожающих безопасности предприятия, являются внутренними ? Выберите из списка все, относящиеся к внутренним.

- 1: Преступные действия сотрудников фирмы;
- 2: Нарушение режима сохранности коммерческой тайны;
- 3: Нарушение порядка использования технических средств;
- 4: Несоблюдение правил приводящее к возникновению экстремальных ситуаций;
- 5: Действия структур, занимающихся добыванием экономической информации ;
- 6: Действия отдельных лиц или фирм, занимающихся промышленным шпионажем;
- 7: Мошеннические действия отдельных лиц;
- 8: Организованная преступность.

Правильные ответы: 1,2,3,4;

Вопрос:5

Какие из перечисленных факторов, угрожающих безопасности предприятия, являются внутренними?

- 1: Преступные действия сотрудников фирмы;
- 2: Нарушение режима сохранности коммерческой тайны;
- 3: Нарушение порядка использования технических средств;
- 4: Несоблюдение правил приводящее к возникновению экстремальных ситуаций;
- 5: Действия структур, занимающихся добыванием экономической информации;
- 6: Действия отдельных лиц или фирм, занимающихся промышленным шпионажем;
- 7: Мошеннические действия отдельных лиц;
- 8: Организованная преступность;

Правильные ответы: 5,6,7,8;

Вопрос: 6

Какая разновидность краж, совершаемых персоналом, может возникнуть при предоставлении сотрудникам возможности покупать производимые изделия по ценам с высокими скидками ?

- 1: Покупки, совершаемые персоналом;
- 2: Завышение расходов;
- 3: Кражи при удалении и переработке отходов;
- 4: Кражи при складских операциях;

Правильный ответ: 1.

Вопрос: 7

Для какой разновидности пропуска установлено время действия в течение 30 минут с момента выдачи до входа на объект и в течение 15 минут после отметки о времени ухода с территории объекта ?

- 1: Постоянный пропуск;
- 2: Временный пропуск;
- 3: Разовый пропуск;
- 4: Материальный пропуск.

Правильные ответы: 3,4.

Вопрос: 8

Как называется документ, дающий право на вывоз (ввоз) материальных ценностей с территории предприятия ?

- 1: Товарный чек;
- 2: Накладная;
- 3: Счет-фактура;
- 4: Приходный ордер;
- 5: Доверенность.

Правильный ответ: 2.

Вопрос: 9

Какими из перечисленных способов можно проверить психологическое, физическое, профессиональное соответствие кандидата на работу ?

- 1: Тестирование;
- 2: Диспансеризация;
- 3: Анкетирование;
- 4: Чтение рекомендаций;
- 5: Испытательный срок;

Правильные ответы: 1,2,5;

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но

достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в

пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Темы рефератов

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>
1	Исследование внешних и внутренних факторов, формирующих угрозу организации (на примере конкретной организации)
2	Разработка системы индикаторов экономической безопасности организации (на примере конкретной организации)
3	Разработка модели службы экономической безопасности организации (на примере конкретной организации)
4	Разработка проекта комплексной системы обеспечения сохранности материальных ценностей организации: правовой, техникий, организационный, экономический аспекты (на примере конкретной организации)
5	Совершенствование механизма обеспечения экономической безопасности при работе с персоналом (на примере конкретной организации)
6	Разработка модели информационных потоков для обеспечения экономической безопасности организации (на примере конкретной организации)
7	Исследование целесообразности диверсификации финансовых инструментов обеспечения экономической безопасности организации (на примере конкретной организации)
8	Разработка франчайзингового пакета как финансового инструмента обеспечения экономической безопасности компании (на примере конкретной организации)
9	Создание механизма обеспечения экономической безопасности в условиях кризиса (на примере конкретной организации)

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено (отлично)»**, **«зачтено (хорошо)»**, **«зачтено (удовлетворительно)»**, **«не зачтено (неудовлетворительно)»**.

Проверяемые компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Понятие экономической безопасности предприятия.
2. Угрозы безопасности бизнеса: понятие и виды.
3. Внешние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса.
4. Внутренние факторы, затрудняющие функционирование конкретного бизнеса
5. Служба экономической безопасности предприятия: понятие, задачи
6. Структура службы экономической безопасности
7. Деятельность службы экономической безопасности
8. Система безопасности предприятия
9. Организация режима и охраны.
10. Сферы деятельности, в которых персонал может совершать кражу
11. Системы мер, препятствующей совершению краж.
12. Виды краж.
13. Критерии проверки персонала на безопасность.
14. Кражи, совершаемые при перевозке грузов автомобильным транспортом.
15. Кражи, совершаемые при перевозке товаров железнодорожным транспортом
16. Кражи, совершаемые при перевозке воздушным транспортом.
17. Понятие «Коммерческая тайна»
18. Порядок и методика определения сведений, составляющих коммерческую тайну
19. Источники коммерческой тайны
20. Типовое положение о коммерческой тайне: понятие, содержание
21. Виды каналов утечки информации
22. Организация защиты информации
23. Направленные микрофоны
24. Акустический контроль
25. Стетоскопы как средство съема информации с близкого расстояния
26. Сканирующие приемники.
27. Компьютерная безопасность
28. Нецелевые угрозы информационным системам предприятия
29. Целевые угрозы в компьютерных системах
30. Способы защиты информации в компьютерных системах.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«ЗАЧТЕНО (ОТЛИЧНО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«ЗАЧТЕНО (ХОРОШО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«ЗАЧТЕНО (УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«НЕ ЗАЧТЕНО(НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО)» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку индивидуальных и групповых работ студентов по заданной проблематике на практических занятиях, а также проверочные работы по понятийному аппарату.

Промежуточный контроль проводится на практических занятиях, когда студенты предоставляют в виде докладов и презентаций результаты исследований по заданной проблематике.

Итоговый рейтинг определяется по совокупности двух критериев: баллы за практические, индивидуальные, групповые работы и итоговый тест в системе БРС.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

338

Э 400

Экономическая безопасность [Электронный ресурс]: учеб. для вузов/ [Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред.: Л. П. Гончаренко, Ф. В. Акулинина; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 477, [2] с.: ил. - (Специалист). - Библиогр.: с. 475-478 (42 назв.). - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-5474-6: 21048.93, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Валько, Д. В. Экономическая безопасность : учебное пособие для вузов / Д. В. Валько. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 150 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-10627-5.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

Уразгалиев, В. Ш. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / В. Ш. Уразгалиев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 675 с. — (Специалист). — ISBN 978-5-534-09982-9.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

Сергеев, А. А. Экономическая безопасность предприятия : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 273 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-10645-9.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учеб. для бакалавров/ [В. В. Трофимов [и др.] ; под ред. В. В. Трофимова; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: Юрайт, 2015. - 521 с. (сетевой ресурс)
2. Петренко С.А. Управление информационными рисками. Экономически оправданная безопасность / С.А. Петренко, С.В. Симонов – М.: Академия АйТи: ДМК Пресс, 2016 – 384 с. (ЭБС book.ru)
3. Петренко С.А., Курбатов В.А. Политики безопасности компании при работе в Интернет / С.А. Петренко, В.А. Курбатов – М.: Академия АйТи: ДМК Пресс, 2014 – 400 с. (ЭБС book.ru)
4. Грунин О.А. Экономическая безопасность организации./ О.А. Грунин, С.О Грунин. - СПб.: Питер, 2014.
5. Кашурников С.Н. Организация охраны стационарных объектов / С.Н. Кашурников, В.И. Просолов. – М.: ОРГ-информ, 2015.
6. Коноплева И.А. Учебное пособие: Управление безопасностью и безопасность бизнеса. / И.А. Коноплева, И.А. Богданов. \ М.: Инфра-М, 2014.
7. Судоплатов А.П., Лекарев С.В. Безопасность предпринимательской деятельности: Практическое пособие.- М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2014.
8. Черкасов В.Н. Бизнес и безопасность. Комплексный подход.- М: Армада - пресс, 2015.
9. Шестаков В.И. Методическое пособие: Пропускной режим и государственный контроль на объектах частной охраны / В.И. Шестаков, А.З. Колянский. – М.: НОУ школа спец-подготовки «Витязь», 2014.
10. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности. Методическое пособие для предпринимателя./ сост. Б.Н. Троянников, А.П. Красковский. СПб, «Кредитреформа-Санкт-Петербург», 2014.

7.4. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации;
2. Федеральный закон № 98 от 29 июля 2004 г. «О коммерческой тайне»;
3. Постановление Правительства РСФСР от 5 декабря 1991 года № 35 «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну»;
4. Федеральный закон «О безопасности» от 5 марта 1992 г. N 2446-I (с изменениями от 25 декабря 1992 г.);
5. Федеральный закон «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» от 11.03.1992 N 2487-1;

6. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 27.07.2006. № 149;
7. Федеральный закон «Патентный закон» от 23 сентября 1992 г. № 3517-1;
8. Федеральный закон «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных» от 23 сентября 1992 г. N 3523-1;
9. Федеральный закон «О государственной тайне» от 21 июля 1993 г. N 5485-1;

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общая логика курса состоит в том, что по каждой теме студент будет изучать теоретический материал и выполнять задания в аудитории и в виде домашнего задания. При освоении дисциплины рекомендуется посещать занятия, следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы при их возникновении.

Каждая тема курса состоит из трех основных блоков: 1. Лекционная часть. 2. Практическая часть. 3. Домашнее задание.

Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Практическая и самостоятельная работа студентов будет осуществляться индивидуально, выполняя практические работы, которые студенты не успели закончить в аудитории на семинарских занятиях.

При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к материалам лекций, текстам основной и дополнительной литературы, информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms--3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

Учебная дисциплина « Экономическая безопасность »	
Цель изучения дисциплины	Дать знания сущности и основного содержания экономической безопасности государства, региона, предприятия, личности, основных критериев и показателей уровня безопасности, методов анализа коммерческого риска. Подготовить студентов к умению своевременно обнаруживать возникающие опасности и угрозы, противостоять им и применять полученные знания на практике
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: общие теоретические положения курса и его основные понятия; методологию формирования системы показателей для мониторинга; методы и инструменты предотвращения и локализации угроз
	Уметь: системы мер, препятствующих совершению мошенничеств на основе знания основных структур российского мошенничества и способов их предотвращения и распознавания; при анализе деятельности предприятия определять возможные источники угроз его внешней и внутренней безопасности
	Владеть: приемами организации охраны материальных ценностей, персонала, конфиденциальной информации предприятия; навыками разрабатывать планы и систему мер по предотвращению и преодолению угроз безопасности бизнеса в конкретных условиях функционирования предприятия
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	1 Экономическая безопасность объекта. Источники угроз экономической безопасности и механизмы их предотвращения.
	2 Служба экономической безопасности организации.
	3 Физическая защита персонала коммерческой организации.
	4 Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей.
	5 Хищения в организациях и методы борьбы с ними.
	6 Обеспечение информационной безопасности организации.
	7 Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организации.
	8 Обеспечение экономической безопасности при работе с персоналом.
	9 Механизмы обеспечения экономической безопасности организации в условиях кризиса.
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. / 108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Экономическая теория»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

1. Пояснительная записка	3
2. Тематический план	Ошибка! Закладка не определена.
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Тематика самостоятельных, контрольных, курсовых работ и рефератов	6
5. Оценочные средства для текущего и промежуточного контроля	11
6. Критерии выставления итоговой оценки	30
7. Список основной и дополнительной литературы, нормативных документов	31

1. Пояснительная записка

1.1. Место дисциплины в структуре Основной образовательной программы подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Дисциплина «Экономическая теория» относится к базовой части профессионального цикла (Б1.О.18).

1.2. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения дисциплины «Экономическая теория» являются:

Приобретение слушателями компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой.

Освоение дисциплины «Экономическая теория» позволяет понять логику и структуру современного экономического знания, включая первичные представления об истории экономической мысли, базовые понятия микро- и макроэкономики, международной экономики. Дисциплина помогает сформировать основу для критического осмысления и более глубокого понимания экономического подхода, понять связь между экономической теорией и практикой (экономической политикой).

1.3. Задачи изучения дисциплины.

Задачами изучения дисциплины «Экономическая теория» являются:

- формирование у слушателей представления о структуре экономической теории (ее различных направлений) и особенностях ее методологии (подхода, метода, моделей);
- ознакомление слушателей с системой понятий и инструментов, используемых в рамках экономического подхода;
- формирование системного представления о роли и месте экономической политики в развитии экономических систем микро-, макро- и международного уровня;
- выработка экономического мышления, а также понимание связи экономической теории со смежными дисциплинами

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">– Основные понятия, категории и инструменты экономической теории;– Закономерности функционирования экономики на макро- и микроуровне;– Основные особенности российской экономики, ее экономическую структуру	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь: <ul style="list-style-type: none">– Строить простые модели систем макро- и микроуровня;– Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций;– Использовать вторичные источники экономической информации;– Собирать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-		

экономических процессах и явлениях; – Осуществлять поиск экономической информации по полученному заданию.		
Владеть: – Методологией экономического исследования; – Современными методами анализа экономических и социальных данных; – Приемами анализа социально-экономических показателей; – Программным обеспечением для визуализации и анализа графиков простых функций.		

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	-	Экономическая теория	Микроэкономика Макроэкономика Менеджмент Финансовый менеджмент Маркетинговые коммуникации Финансовый анализ Банковские операции

1.6. Компетенции, формируемые у обучающегося в результате освоении дисциплины «Экономическая теория»:

Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1
---	-------

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	44,35
Самостоятельная работа	171,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

Дисциплина читается на 1 курсе в 1 семестре

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		самостоятельно	Промежуточная аттестация	
	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	
Раздел 1. Основы экономической теории	55	4	22	6	21	1		
Раздел 2. Основы микроэкономики	53	4	22	6	21	1		
Раздел 3. Основы макроэкономики	53	4	22	6	21	1		
Раздел 4. Основы международной экономики	54	4	21	6	21	1		
Итого	216	16	87	24	84	4	0,35	0,65
Контактная работа	44,35	16		24		4	0,35	
Самостоятельная работа	171,65		87		84			0,65
Промежуточная аттестация		экзамен						

3. Содержание дисциплины

3.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела (темы)
0	Введение	
1	Раздел 1. Основы экономической теории	1. Структура экономической теории. 2. Спрос и предложение. Частное экономическое равновесие. 3. Ограниченные ресурсы. Производственные возможности. 4. Альтернативные издержки. Абсолютные и сравнительные преимущества. 5. Эластичность.
2	Раздел 2. Основы микроэкономики	6. Производственные функции. Издержки. Прибыль. 7. Рыночные структуры. 8. Рынки факторов производств 9. Несовершенства рынка и государства. Общественные блага. Внешние эффекты.
3	Раздел 3. Основы макроэкономики	10. Основные показатели: доход, богатство. Экономический кругооборот. 11. Потребление, сбережение, инвестиции. Мультипликаторы 12. Совокупный спрос и совокупное предложение. 13. Кредитно-денежная политика. Проблема инфляции. 14. Бюджетно-налоговая политика. Проблема безработицы.
4	Раздел 4. Основы международной экономики	15. Международная торговля. Платежный баланс. 16. Валютные системы.

3.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела (темы)
1	Раздел 1. Основы экономической теории	<p>Тема 1. Углубленное рассмотрение разделов экономической теории, уровней экономической теории, экономических понятия и математического языка, ознакомление с математическими приложениями «Графики функций для экономистов» и «Понятие производной». Решение тестов, задач и разбор ситуаций по базовым концепциям экономической теории.</p> <p>Тема 2. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Спрос и предложение. Частное экономическое равновесие».</p> <p>Тема 3. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Ограниченные ресурсы. Производственные возможности»</p> <p>Тема 4. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Альтернативные издержки. Абсолютные и сравнительные преимущества». Ознакомление с темой «Показатели экономического роста».</p> <p>Тема 5. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Эластичность». Рассмотрение математических приложений «Применение натурального логарифма» и «Логарифмическая шкала».</p>
2	Раздел 2. Основы микроэкономики	<p>Тема 6. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Производственные функции. Издержки. Прибыль».</p> <p>Тема 7. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Рыночные структуры».</p> <p>Тема 8. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Рынки факторов производств».</p> <p>Тема 9. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Несовершенство рынка и государства. Общественные блага. Внешние эффекты».</p>
3	Раздел 3. Основы макроэкономики	<p>Тема 10. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Основные показатели: доход, богатство. Экономический кругооборот».</p> <p>Тема 11. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Потребление, сбережение, инвестиции. Мультипликаторы».</p> <p>Тема 12. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Совокупный спрос и совокупное предложение».</p> <p>Тема 13. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Кредитно-денежная политика. Проблема инфляции».</p> <p>Тема 14. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Бюджетно-налоговая политика. Проблема безработицы».</p>
4	Раздел 4. Основы международной экономики	<p>Тема 15. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Международная торговля. Платежный баланс».</p> <p>Тема 16. Решение тестов и задач, разбор ситуаций по тематике «Валютные системы».</p>

4. Тематика самостоятельных, контрольных, курсовых работ и рефератов

4.1. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела(темы)
1	Раздел 1. Основы экономической теории	<ol style="list-style-type: none"> Каковы альтернативные издержки решения о просмотре фильма в кинотеатре? Вода необходима для жизни. Насколько велики или малы маргинальные выгоды от стакана воды? Почему политики должны помнить о стимулах? Почему торговля между странами не похожа на игру, в которой есть

		<p>победители и побежденные?</p> <p>5. Каково место невидимой руки в рыночной деятельности?</p> <p>6. В чем заключается значение производительности? Что такое инфляция и в чем ее причина?</p> <p>7. Почему экономическую теорию можно назвать наукой?</p> <p>8. Почему экономисты делают допущения?</p> <p>9. Описывают ли экономические модели окружающий мир абсолютно точно?</p> <p>10. Каковы те две отрасли, на которые подразделяется экономическая теория?</p> <p>11. Объясните, что изучает каждая из них.</p> <p>12. Каковы различия между позитивными и нормативными утверждениями? Приведите по примеру каждого из них.</p> <p>13. Почему экономисты иногда дают политикам взаимоисключающие советы?</p> <p>14. Постройте и объясните кривую производственных возможностей для экономики, в которой производится только оливковое масло и молоко. Что произойдет этой кривой, если в результате эпидемии в данной стране погибнет половина поголовья скота?</p> <p>15. Используйте кривую границы производственных возможностей для описания понятия «эффективность».</p> <p>16. Объясните, в чем состоит различие между абсолютным и сравнительным преимуществом?</p> <p>17. Приведите пример, в котором одно лицо обладает абсолютным преимуществом в чем-то, а другое лицо - сравнительным преимуществом в том же.</p> <p>18. Для торговли более важно абсолютное или сравнительное преимущество?</p> <p>19. Поясните ответ, используя свой пример из ответа на второй вопрос.</p> <p>20. Что такое конкурентный рынок? Опишите кратко тип рынка, не являющийся рынком совершенной конкуренции.</p> <p>21. Чем определяется величина спроса покупателей на товар или услугу?</p> <p>22. Что такое таблица спроса, кривая спроса и как они взаимосвязаны?</p> <p>23. Изменение вкусов потребителей вызовет перемещение вдоль по кривой или сдвиг кривой спроса? А к чему приведет изменение цены?</p> <p>24. Карлос предпочитает спаржу шпинату. Его доходы падают, и в результате он покупает больше шпината. Является ли шпинат нормальным или худшим товаром для Карлоса? Поясните ваш ответ.</p> <p>25. Чем определяется объем предложения товара продавцами?</p> <p>26. Изменение технологии производства товара вызовет перемещение вдоль по кривой или сдвиг кривой предложения? А к чему приведет изменение цены?</p> <p>27. Дайте определение равновесия на рынке. Опишите силы, которые заставляют рынок двигаться к состоянию равновесия.</p> <p>28. Перечислите и объясните некоторые определяющие факторы эластичности спроса по цене.</p> <p>29. С помощью графиков предложения и спроса покажите равновесную цену, равновесное количество и общую выручку, получаемую производителями.</p> <p>30. Если спрос эластичен, как увеличение цены повлияет на общую выручку? Аргументируйте свой ответ.</p> <p>31. Как мы называем товар, чья эластичность по доходу меньше 0?</p> <p>32. Как рассчитывается эластичность предложения по цене? Объясните, что она измеряет.</p>
2	Раздел 2. Основы микроэкономики	<p>1. Что такое производственная функция? Почему нельзя принимать решение о дальнейшей деятельности фирмы, основываясь только на данных, получаемых при исследовании производственной функции?</p> <p>2. Как вы думаете, в какой степени цель фирмы заключается в максимизации прибыли? Всегда ли фирма должна стремиться к максимальной прибыли, а не (например) к улучшению социальных условий, спонсированию искусства или политических кампаний?</p> <p>3. Менеджеры фирмы, как правило, не знают предельных издержек. В таком случае нет смысла говорить о законе оптимального производства при равенстве предельного дохода предельным издержкам. Так ли это?</p> <p>4. Для получения максимальной прибыли необходимо продать максимально большее количество продукции. Верно ли это утверждение и почему?</p> <p>5. Фирмы, производящие себе в убыток, должны обязательно сразу закрываться. Всегда ли это верно?</p> <p>6. Какие фирмы преобладают в современном рыночном хозяйстве: допредельные, предельные или запредельные? А какие преобладали в условиях советской командной экономики?</p>

		<p>7. Что такое маржинальный продукт и что означает его убывание? Постройте производственную функцию, которая показывает убывание маржинального продукта труда.</p> <p>8. Дайте определения общих издержек, средних общих издержек и маржинальных издержек. Как они взаимосвязаны?</p> <p>9. Как и почему кривая общих издержек фирмы в краткосрочном периоде отличается от кривой общих издержек в долгосрочном периоде?</p> <p>10. Какие методы ценообразования складываются в условиях рынка совершенной конкуренции? Каким образом они соотносятся с концепцией "справедливой цены"? Является ли цена, складывающаяся в условиях совершенной конкуренции, справедливой?</p> <p>11. Является ли совершенно конкурентное равновесие эффективным? Как оценить и какова будет эффективность (неэффективность) других рыночных структур?</p> <p>12. Препятствуют ли патенты, лицензии и авторские права конкуренции? И если да, должны ли такие ограничения конкуренции иметь место в экономике?</p> <p>13. Почему монополист не может назначить любую цену и произвести любое количество товара, какое захочет?</p> <p>14. Какие методы ценообразования можно рассматривать как наиболее "эффективные" с точки зрения монополиста?</p> <p>15. Является ли монополия "злом" или "благом" для общества? Кто выигрывает и кто проигрывает в результате установления монополии?</p> <p>16. Всегда ли монополия приводит к X-неэффективности? В каких случаях монополия способствует техническому прогрессу?</p> <p>17. Какие рыночные структуры в наибольшей степени присущи современной развитой экономике? Является ли преобладание той или иной структуры характерным только для каких-то отдельных отраслей экономики или это закономерное явление современной экономики в целом?</p> <p>18. На рынках каких товаров преобладает монополистическая конкуренция? Почему?</p> <p>19. Объясните, как производственная функция фирмы связана с маржинальным продуктом труда, как маржинальный продукт труда фирмы связан со стоимостью ее маржинального продукта, а стоимость маржинального продукта фирмы - со спросом на труд.</p> <p>20. Приведите два примера событий, которые могут привести к сдвигам спроса на труд.</p> <p>21. Приведите два примера событий, способных вызвать сдвиги предложения труда.</p> <p>22. Объясните, как может быть скорректирована заработная плата, чтобы привести к равновесию предложение и спрос на труд, оставаясь притом равной стоимости маржинального продукта труда.</p> <p>23. Если численность населения Норвегии в силу увеличения притока иммигрантов внезапно возрастет, как, по вашему мнению, это отразится на величине оплаты труда? Что произойдет с арендной платой, которую получают владельцы земли и капитала?</p> <p>24. Изобразите графики спроса и предложения с налогом на продажу товара. Покажите безвозвратные потери. Покажите налоговые поступления.</p> <p>25. Дайте определение и приведите пример общественного блага. Может ли это благо предоставляться частным рынком? Объясните.</p> <p>26. Дайте определение и приведите пример общего ресурса. Будут ли люди использовать более или менее интенсивно его без вмешательства властей? Почему?</p> <p>27. Приведите по одному примеру положительных и отрицательных экстерналий.</p> <p>28. Используйте график предложения и спроса, для того чтобы объяснить влияние возникающего в производстве отрицательного внешнего эффекта.</p> <p>29. Каким образом патентная система помогает обществу решать проблемы внешних эффектов? Перечислите несколько способов, с помощью которых вызванные экстерналиями проблемы, решаются без вмешательства властей.</p> <p>30. Представьте, что вы не выносите табачного дыма, но живете в одной комнате с курильщиком. Применима ли теорема Коуза, если ваш сосед захочет курить в комнате? Эффективен ли результат? Как вы и ваш сосед достигнете соглашения?</p>
3	Раздел 3. Основы	1. Объясните, почему величина доходов в экономике должна быть равна величине расходов.

	макрэкономікі	<p>2. Чо вносіць большы ўклад у ВВП: вытворчасць малалітражкіх або лімузінаў? Чаму?</p> <p>3. Пералічыце чатыры складовыя ВВП і прыведзіце прыклады кожнай з іх. Чаму для вымярэння ўзрвання эканамічнага бласлаўстання эканамісты выкарыстоўваюць рэальны, а не номінальны ВВП?</p> <p>4. Чаму для краіны жадальна мець высокі ўзровень ВВП? Прыведзіце прыклад чаго-нібудзь, што забяспечвала б рост ВВП, але не было б жадальным для краіны.</p> <p>5. Як вы думаеце, што акажа большае ўплыванне на ІПЦ: 10%-ны рост цен на курятіну або 10%-ны рост цен на ікру? Чаму?</p> <p>6. Апішыце тры праблемы, якія робяць ІПЦ несовершенным вымярэннем кошту жыцця.</p> <p>7. Калі цена падводнай лодкі для ваенна-марскіх сіл Францыі павялічваецца, на што гэта акажа большае ўплыванне: на ІПЦ у Францыі або на французскі дэфлятар ВВП? Чаму?</p> <p>8. Абяньніце паняцце номінальнай працэнтнай стаўкі і рэальнай працэнтнай стаўкі. Як яны звязаны?</p> <p>9. Чым вымяраецца ўзровень ВВП краіны? Чым вымяраюцца тэмпы росту ВВП? У якой краіне вы хацелі б жыць: з высокім узрванням ВВП і нізкімі тэмпамі яго росту або з нізкім узрванням ВВП і высокімі тэмпамі яго росту?</p> <p>10. Пералічыце і апішыце чатыры фактары, вызначаючы ўзровень вытворчасці.</p> <p>11. Яўляецца лі вышэйшае адукацыя формай капітала?</p> <p>12. Абяньніце, якім чынам большае ўзровень заахавання прыводзіць да павышэння ўзрвання жыцця. Чо можа ўтрымліваць палітыкаў ад спробаў павялічыць узровень заахавання?</p> <p>13. Большае ўзровень заахавання прыводзіць да часовага або пастаяннага эканамічнага росту?</p> <p>14. Чаму ўстраненне абмежаванняў на свабоду торгавлі, такіх як тамажныя пашліны, прыводзіць да паскарэння эканамічнага росту?</p> <p>15. Як рост колькасці насельніцтва ўплывае на ўзровень ВВП на душу насельніцтва?</p> <p>16. Апішыце два спосабы, з дапамогай якіх урад можа паскорыць навука-тэхналагічны прагрэс.</p> <p>17. Якая роля фінансавога сістэмы? Назавіце і ахарактарызуйце два рынку, якія з'яўляюцца часткай фінансавога сістэмы эканамікі вашай краіны. Назавіце і ахарактарызуйце двух фінансавых пасроднікаў.</p> <p>18. Чаму для людзей, жадаючых купіць акцыі або аблігацыі, важна дыверсіфікацыя ўкладанняў? Якія фінансавыя інстытуты алегчаюць заданую дыверсіфікацыю ўкладанняў?</p> <p>19. Апішыце змяненні ў падатковай сістэме, якія могуць прывесці да павялічэння частковых заахаванняў. Калі такая палітыка будзе ажыццяўляцца, якое ўплыванне яна акажа на рынак заёмных сродкаў?</p> <p>20. Чо такое дэфіцыт дзяржаўнага бюджэту? Якое ўздзеянне ён аказвае на працэнтныя стаўкі, інвестыцыі і эканамічны рост?</p> <p>21. Ачысціце крывыя агульнага спрасу і агульнага прапанавання ў кароткачасовым перыядзе, а таксама крывую агульнага прапанавання ў доўгасрочным перыядзе. Быцьце уважлівымі пры разметцы асяей.</p> <p>22. Пералічыце і паясніце механізм ўздзеяння трох прычын, якія вызываюць адмоўны нахіл крывой агульнага спрасу.</p> <p>23. Абяньніце, чаму крывая агульнага прапанавання ў доўгасрочным перыядзе з'яўляецца вертыкальнай лініяй.</p> <p>24. Пералічыце і абяньніце тры тэорыі, якія абгрунтоўваюць станоўчы нахіл крывой агульнага прапанавання ў кароткачасовым перыядзе.</p> <p>25. Якія фактары могуць выклікаць зрух крывой агульнага спрасу ўлева? Выкарыстоўвайце мадэль агульнага спрасу і агульнага прапанавання, каб паказаць эфекты такога зруху.</p> <p>26. Якія фактары могуць выклікаць зрух крывой агульнага прапанавання ўлева?</p> <p>27. Выкарыстоўвайце мадэль агульнага спрасу і агульнага прапанавання, каб паказаць эфекты такога зруху.</p> <p>28. Пабудуйце графік звязанасці паміж інфляцыяй і безработніцай ў кароткачасовым перыядзе. Якім чынам цэнтральны банк можа дасягнуць перамяшчэння эканамікі з адной кропкі на гэтай крывой у другую? Пабудуйце графік звязанасці паміж інфляцыяй і безработніцай ў доўгасрочным перыядзе.</p>
--	---------------	---

		<p>Объясните, как связаны между собой графики в краткосрочном и долгосрочном периодах?</p> <p>29. Что означает эпитет «естественный» применительно к уровню безработицы? Почему естественный уровень безработицы в разных странах различен?</p> <p>30. Предположим, что засуха уничтожила урожай, что вызвало увеличение цен на продовольствие. Какое воздействие окажет это событие на взаимосвязь между инфляцией и безработицей в краткосрочном периоде?</p> <p>31. Предположим, что центральный банк решает снизить инфляцию. Используйте кривую Филлипса, чтобы показать влияние этой политики в краткосрочном и долгосрочном периодах. Как могут быть снижены издержки такой политики в краткосрочном периоде?</p> <p>32. Что такое дерегулирование финансовых рынков?</p> <p>33. Объясните различные подходы к банковской деятельности в контексте поведения, «ориентированного на риск» и направленного на «избежание риска».</p> <p>34. Как банк мог бы провести секьюритизацию пакета долгов общей величиной \$10 млрд.? Каковы преимущества такого действия для банка?</p> <p>35. Что означает понятие «обратного мультипликатора»? Соответствует ли эта концепция замедлению глобальной экономической активности, происшедшему в 2008 г.?</p> <p>36. Почему наличие асимметричной информации на финансовых рынках может привести к фиаско рынка?</p> <p>37. Объясните, как увеличение количества дефолтов на рынке низкокачественных кредитов привело к увеличению риска банкротства банков?</p> <p>38. Должны ли центральные банки уделять такое же внимание финансовой стабильности, какое они уделяют ценовой стабильности? Обоснуйте свой ответ.</p> <p>39. Должны ли финансовые рынки подвергаться большему или меньшему регулированию, если мы хотим избежать повторения финансового кризиса в таком же масштабе, как в 2007-2009 гг.? Обоснуйте свой ответ.</p>
4	Раздел 4. Основы международной экономики	<p>Каковы основные преимущества формирования валютного союза? Каковы его основные недостатки?</p> <p>Носят ли преимущества и недостатки, перечисленные вами при ответе на вопрос 1, долгосрочный или краткосрочный характер?</p> <p>Является ли снижение уровня ценовой дискриминации между странами важным достоинством формирования валютного союза?</p> <p>Что такое оптимальная валютная зона?</p> <p>Перечислите критерии, которыми должны удовлетворять страны для участия в оптимальной валютной зоне.</p> <p>Является ли Европейский экономический и денежный союз оптимальной валютной зоной?</p> <p>Что такое фискальный федерализм?</p> <p>Как с помощью фискального федерализма могут быть снижены проблемы макроэкономических корректировок в валютном союзе?</p> <p>Почему страны-участницы валютного союза могут пожелать установить правила для национальных бюджетно-налоговых политик?</p>

Составлено по: Мэнкью Н. Г., Тэйлор М. Экономика, 2013; Нуреев Р. М. Курс микроэкономики, 2008.

4.2. Тематика контрольных работ (*примерная тематикаэссе*)

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела(темы)
1	Раздел 1. Основы экономической теории	Роль математики в современной экономической науке. Как соотносятся объемы понятий экономическое благо и общественное благо? В чем состоит аксиоматика экономической науки? Является ли экономика точной наукой? Как выглядит нефальсифицируемая гипотеза? Почему экономисты дают разные практические советы?
2	Раздел 2. Основы микроэкономики	Как соотносятся понятия отдача от масштаба и эффект (экономия) от масштаба? Приводит ли преследование личных интересов к общественному благополучию? Зачем нужно знать, как выглядят кривые спроса и предложения? Может ли быть на рынке «излишняя конкуренция»? Что «угрожает» конкуренции? Всегда ли рынок находится в равновесии? Как возникают монополии? Зачем правительство создаёт и разрушает монополии? Какие из известных монополий поддерживаются искусственно?
3	Раздел 3. Основы макроэкономики	Отражает ли измеряемая инфляция рост стоимости жизни? Что стоит за взлетами и падениями ВВП? Может ли экономика за счет дополнительных инвестиций расти быстрее? Как принимались экономические решения в плановой экономике? Почему в плановой экономике часто возникал дефицит? Чем опасно «мягкое бюджетное ограничение»? Является ли российская инфляция денежным явлением? Можно ли объяснить инфляцию большими издержками производства? Можно ли объяснить инфляцию высокой степени монополизации экономики? Как нужно (или нужно ли вообще) бороться с инфляцией в России? Приходится ли выбирать между инфляцией и безработицей? Зачем страны фиксируют номинальный обменный курс? Есть ли различия в целях стабилизационной политики у развивающихся и развитых стран? Являются ли кризисы неизбежной частью экономического прогресса?
4	Раздел 4. Основы международной экономики	Почему капиталы бегут из России? Нужен ли России стабилизационный фонд? Угрожает ли России «ресурсное проклятие»? Нужно ли какой-либо стране ограничивать международную торговлю или международные потоки капитала?

5. Вопросы для текущего и промежуточного контроля

5.1. Вопросы для текущего контроля (*примерные тесты*)

<p>1. Собственность как экономическая категория представляет собой...</p> <p>a) То, что принадлежит отдельному хозяину</p> <p>b) Возможность использовать вещи, предметы, деньги в соответствии со своим желанием, без разрешения</p> <p>c) Отношения между людьми, обусловленные принадлежностью им предметов, вещей в чью-то пользу</p> <p>d) Право людей обладать вещами</p> <p>2. К общественным благам относятся</p> <p>a) Милиция</p> <p>b) Книги</p> <p>c) Хлеб</p> <p>d) Светофор</p> <p>3. Абстрагирование как метод экономической теории означает _____ реальности</p> <p>a) Искажение</p> <p>b) Усложнение</p> <p>c) Уход от</p> <p>d) Упрощение</p>

4. Хозяйственные связи между металлургическим заводом и горнорудным комбинатом характеризуют _____ отношения
- Социально-политические
 - Организационно-экономические
 - Социально-культурные
 - Социально-экономические
5. К основным характеристикам американской модели смешанной экономики относятся
- Огромная роль государства в обеспечении высокого уровня жизни
 - Поощрение и свобода предпринимательской деятельности
 - Гос. планирование и гос. программы
 - Ставка на личный успех, непризнание соц. Равенства.
6. Установите соответствие между основными экономическими школами и их представителями
- Классическая полит.экономия
 - Меркантилизм
 - Маржинализм
 - Физиократы
- Смит
 - Тюрго
 - Посошков
 - Госсен
7. Если функции спроса (Q_d) и предложения (Q_s) заданы как $Q_d=60-5P$, $Q_s=15P-40$, $P=4$, где P – уровень цены, то дефицит товара на рынке составит _____ ед.
8. К оборотному капиталу относят
- Электроэнергию
 - Машины и оборудование
 - Сооружения
 - Сырье
9. Если функция общих затрат фирмы имеет вид $TC=50Q+0,02Q^2-2Q^3+170$, то постоянные издержки (FC) фирмы при $Q=10$ составят _____ ед.

10. Изменение объема и структуры потребления вследствие изменения относительной цены называется

- a) Эффектом замещения
- b) Законом потребления
- c) Эффектом дохода
- d) Законом предложения

11. Если цена на товары превышает равновесную цену на рынке, тогда какой из следующих вариантов будет верен?

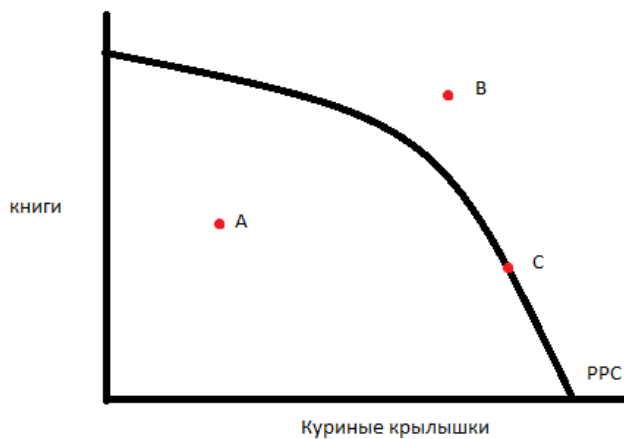
- I. Кривая спроса будет двигаться влево
 - II. Производители способны и готовы увеличить объем предложения
 - III. Потребители способны и готовы увеличить объем спроса выше цен
 - IV. Предложение сместится вправо
- a) II
 - b) I
 - c) II,IV
 - d) III,IV

12. Предположим, что правительство хочет поддерживать малообеспеченных потребителей на рынке компьютеров, так как технологии стали жизненно важным компонентом в вопросе улучшения образования и долгосрочного экономического роста. Какие варианты действий может предпринять правительство?

- I. Ввести акцизный налог на продажи компьютеров
- II. Установить ценовой потолок ниже равновесия на компьютерном рынке
- III. Ввести налог на добавленную стоимость на этапах компьютерного производства и распределения
- IV. Установить ценовой потолок ниже равновесия на компьютерном рынке

13. Какой из перечисленных вариантов верен по отношению к диаграмме представленной ниже?

- I. Точки В и С недостижимы в краткосрочном периоде
- II. Точка А достижима в краткосрочном периоде
- III. В точке А неиспользованные ресурсы
- IV. Ресурсы и технологии постоянны в точке С



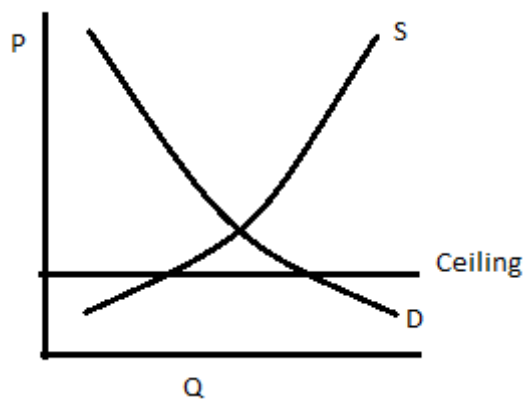
- a) III,II,IV
- b) I,II,III
- c) II,III
- d) IV

14. Какой из следующих вариантов верен относительно аллокативной и производственной эффективности?
- I. Когда общество использует ресурсы для производства оптимальной комбинации товаров, тогда может быть достигнута аллокативная эффективность.
- II. Цены должны быть равны предельным издержкам для достижения производственной эффективности.
- III. Производственная эффективность означает производство товаров при самых низких возможных затратах
- IV. Производственная и аллокативная эффективности не могут быть достигнуты в рыночной экономике.
- a) I,II
b) I,III
c) I,IV
d) III,IV

15. Если экономика осуществляет производство товаров при минимальных затратах, то это достижение:
- a) Абсолютной эффективности
b) Аллокативной эффективности
c) Производственной эффективности
d) Относительная эффективность

16. Если границей производственных возможностей страны является прямая линия, то какой вариант верен по отношению к ее альтернативным издержкам?
- a) Они уменьшаются
b) Они увеличиваются
c) Они остаются постоянными
d) Они могут уменьшатся или увеличиваться
e)

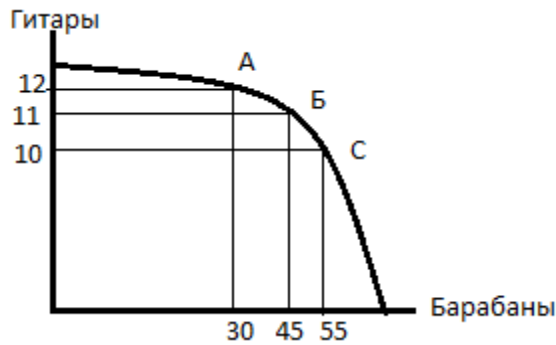
17. Какой из приведенных вариантов верен в отношении характеристики «потолка цен»?
- I. Правительство пытается помочь малоимущим продавцам
- II. Рынок будет испытывать дефицит
- III. В конечном счете, потребители могут обратиться на черный рынок
- IV. Ценовой контроль должен быть над рыночной ценой, чтобы быть эффективным



- a) IV
b) I,III
c) II,III
d) II

18. Что является альтернативными издержками похода в кино?
- a) Попкорни кола
b) Подготовка к экзамену по эконом.теории
c) 11 долларов за билет в кино
d) Бензин потрачен на дорогу в кино

19. Если экономика в настоящее время функционирует в точке Б, какими будут альтернативные издержки производства еще одной гитары?



- a) 10 барабанов
- b) 15 барабанов
- c) 30 барабанов
- d) 45 барабанов

20. Какой из следующих вариантов не характеризует капитализм?

- a) Частная собственность на ресурсы
- b) Централизованное планирование
- c) Рынки и цены
- d) Личная выгода

21. Какой из вариантов не верен относительно кривых производственных возможностей представленных ниже?



- I. Ресурсы постоянны и в стране Y и в стране Z
- II. Альтернативные издержки увеличиваются в стране Z
- III. Страна Z имеет абсолютное преимущество в производстве самолетов
- IV. Приемлемыми условиями торговли являются 1 подузник на 3 самолета.

- a) I, II, IV
- b) II, IV
- c) I, III
- d) IV

22. Предположим, что Китай может производить один компьютер используя 20 единиц ресурсов или 1 мотоцикл используя 10 единиц ресурсов, в то время как Индия может производить 1 компьютер используя 10 единиц ресурсов и один мотоцикл используя 30 единиц ресурсов. Какая страна имеет абсолютное преимущество в производстве компьютеров и производстве мотоциклов?

- a) Китай (и компьютеров и мотоциклов)
- b) Китай в компьютерах, Индия в мотоциклах
- c) Индия в компьютерах, Китай в мотоциклах
- d) Индия для компьютеров и мотоциклов

23. Если рыночная цена на товары для собак падает, то что тогда верно из перечисленного?

- I. Объем предложения уменьшается
- II. Спрос сдвигается влево
- III. Спрос сдвигается вправо
- IV. Предложение уменьшается.

- a) I, II
- b) II, III
- c) I, IV
- d) III, IV

24. Предположим, что конфеты являются нормальным товаром и потребители ожидают падение цен на конфеты в будущем. Что должно произойти со спросом на конфеты в настоящем?

- a) Спрос будет расти
- b) Спрос не будет изменяться
- c) Спрос будет уменьшаться
- d) Спрос неопределенный

25. Допустим, что Франция может производить 25 машин или 100 мопедов в год, в то время как Дания может производить 100 машин или 150 мопедов в год. Какой из вариантов верен?

- I. Франция имеет абсолютное преимущество в производстве машин
- II. Если бы 2 страны торговали, то тогда бы Дания должна была импортировать мопеды
- III. Франция имеет сравнительное преимущество в производстве машин
- IV. Дания имеет абсолютное преимущество в производстве мопедов, но не производстве машин.

- a) II
- b) I, III
- c) II, III
- d) I, IV

26. Допустим, что микроволновая печь является товаром низшего качества и потребительский доход падает. Какой из перечисленных вариантов верен по отношению к рынку микроволновых печей?

- I. Рыночная цена будет падать
- II. Спрос сдвинется вправо
- III. Предложение сдвинется влево
- IV. Объем предложения уменьшится.

- a) II
- b) III
- c) III, IV
- d) I, IV

27. Предположим, что Ларри готов потратить 50\$ из своего дохода на покупку билета в театра или на бейсбольную игру. Какой из следующих вариантов верен?

- I. Альтернативные издержки при походе на бейсбол будут равны 50 долларам
- II. Альтернативные издержки покупки театрального билета не могут быть определены
- III. Альтернативными издержками покупки билета на концерт будут 50 долларов
- IV. Альтернативными издержками покупки билета на бейсбол является покупка билета в театр.

- a) III
- b) I
- c) II
- d) IV

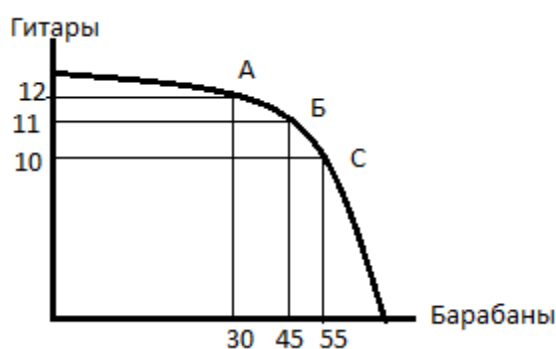
28. Предположим, что предложение товара А растет и одновременно растет спрос на товар А. Все из следующих вариантов могли вызвать эти изменения, за исключением:

- a) Увеличение цены на товары-субституты
- b) Увеличение количества продавцов
- c) Увеличение цены на взаимодополняемые товары
- d) Повышение производительности

29. Предположим, что Китай может производить один компьютер используя 20 единиц ресурсов или 1 мотоцикл используя 10 единиц ресурсов, в то время как Индия может производить 1 компьютер используя 10 единиц ресурсов и один мотоцикл используя 30 единиц ресурсов. Если Китай и Индия решат специализироваться и торговать, какая страна будет экспортировать мотоциклы?

- a) Обе
- b) Китай
- c) Индия
- d) Никакая

30. Если экономика осуществляет движение из точки А в точку С, тогда как много гитар будет потеряно?



- a) 10
- b) 1
- c) 2
- d) 12

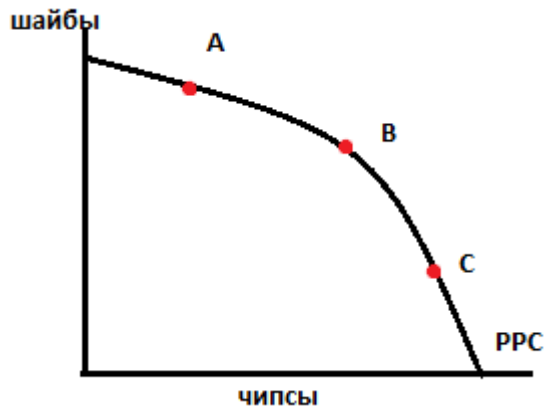
31. Предположим, что при производстве товара О и товара Р используются одни и те же ресурсы, а товары Р и Q являются взаимодополняемыми. Если цена на товар Q падает, тогда что из перечисленного произойдет на рынке для товара О?

- a) Предложение упадет, цена вырастет
- b) Спрос уменьшится, объем уменьшится
- c) Цена упадет, объем увеличится
- d) Цена вырастет, объем вырастет

32. Согласно основным экономическим учениям, общество имеет ограниченные ресурсы и неограниченные потребности. Это бремя известно как:

- a) При прочих равных условиях
- b) Редкость
- c) Эффект вытеснения
- d) Ошибка композиции

33. Какой из вариантов верен по отношению к альтернативным издержкам при движении экономики из точки В в точку С?



- a) Они уменьшатся
- b) Они увеличатся
- c) Они останутся постоянными
- d) Невозможно определить

34. Допустим, что Джон является учителем истории, а ночью становится бетменом. Если Джон может ликвидировать 250 преступных группировок в год или разработать 125 планов уроков в год, то какими будут альтернативные издержки ликвидации 1 группировки?

- a) 1 планура
- b) 1/2 плана урока
- c) 2 плана уроков
- d) Не могут быть определены

35. Предположим, что планшеты и айподы являются взаимодополняемыми товарами. Если правительство субсидирует производство планшетов, то что произойдет на рынке цены и объема айподов?

- a) Цена уменьшится, объем не определен
- b) Цена увеличится, объем уменьшится
- c) Цена увеличится, объем увеличится
- d) Цена увеличится, объем не определен.

36. Предположим, что Паша тщательно планирует свои тренировки в тренажерном зале. Паша определяет, что ему понадобится 6 часов для того, чтобы закончить упражнения на бицепс и 4 часа для того, чтобы закончить упражнения на икры. Какими будут его альтернативные издержки упражнений на икры?

- a) 1 1/2 часа
- b) 2/6 упражнений на бицепс
- c) 4/6 упражнений на бицепс
- d) 1 1/2 упражнений на бицепс

37. Кривая спроса имеет наклон вниз из-за:

- I. Эффекта дохода
 - II. Эффекта потребителя
 - III. Уменьшающейся предельной полезности
 - IV. Эффекта субститутов
- a) II, IV
 - b) I, III, IV
 - c) I, IV
 - d) I, II, IV

38. Предположим, что рынок товара Т в настоящее время находится в равновесии и товар Т является товаром низшего качества. Если доходы потребителя растут и в то же время издержки на производство товара Т падают, то что тогда случится с рыночным равновесием?

- a) Цена будет неопределенной, объем уменьшится
- b) Цена будет неопределенной, объем увеличится
- c) Цена уменьшится, объем будет неопределенным
- d) Цена увеличится, объем будет неопределенным

39. Предположим, что правительство подготавливает доклад о том, что потребление воды в бутылках увеличивает количество заболеваний. Что произойдет на рынке с ценой и объемом?

- a) Цена нельзя определить, объем уменьшится
- b) Цена вырастет, объем уменьшится
- c) Цена вырастет, объем увеличится
- d) Цена уменьшится, объем уменьшится

40. Какие из утверждений верны по отношению к определениям командной экономики и смешанной рыночной экономики?

I. В командной экономике – экономические решения принимаются чаще всего при опоре на местные обычаи, а в смешанной рыночной экономике – рынки помогают устанавливать цены на товары.

II. В командной экономике исключительно правительство принимает решения что производить, а в смешанной рыночной экономике племенные лидеры выделяют ресурсы

III. Правительство и рынок решают что производить (смешанная рыночная экономика), в то время как центральные директивы определяют как много производить (командная экономика).

IV. Ресурсы являются редкими, что в командной, что в смешанной рыночной экономике.

- a) III,IV
- b) IV
- c) I
- d) II,IV

41. Если предложение товара Н растет и одновременно растет спрос на товар Н, тогда что произойдет на рынке с ценой и объемом?

- a) Цена увеличится, объем нельзя определить
- b) Цена уменьшится, объем нельзя определить
- c) Цену нельзя определить, объем увеличится
- d) Цена уменьшится, объем нельзя определить.

42. При рыночной экономике покупатели и продавцы определяют равновесии цены и объема на товары и услуги. В традиционной экономике определяется сколько должно быть произведено с помощью:

- a) Центрального правительства
- b) Местных обычаев и истории
- c) Племенных вождей и потребительского суверенитета
- d) Центральных планов

43. Предположим, что Китай может производить один компьютер, используя 20 единиц ресурсов или 1 мотоцикл используя 10 единиц ресурсов, в то время как Индия может производить 1 компьютер используя 10 единиц ресурсов и один мотоцикл используя 30 единиц ресурсов. Будет ли 1 мотоцикл для 2 компьютеров приемлемым условие торговли для Китая и Индии?

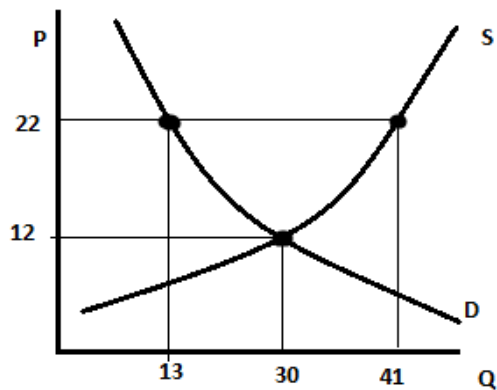
- a) Да для Китая, Да для Индии
- b) Нет для Китая, Да для Индии
- c) Да для Китая, Нет для Индии
- d) Нет для Китая, Нет для Индии

44. Предположим, что эти 2 страны решают торговать друг с другом. Какая страна будет специализироваться на подгузниках и какая страна будет импортировать самолеты?



- a) Z специализируется на подгузниках, Z импортирует самолеты
- b) Z специализируется на подгузниках, Y импортирует самолеты
- c) Y специализируется на подгузниках, Y импортирует самолеты
- d) Y специализируется на подгузниках, Z импортирует самолеты

45. График ниже изображает рынок дисков. Какой из следующих вариантов верен при цене в 22 доллара?



- a) Будет излишек в 41 диск
- b) Будет излишек в 28 дисков
- c) Будет дефицит в 41 диск
- d) Будет дефицит в 28 дисков

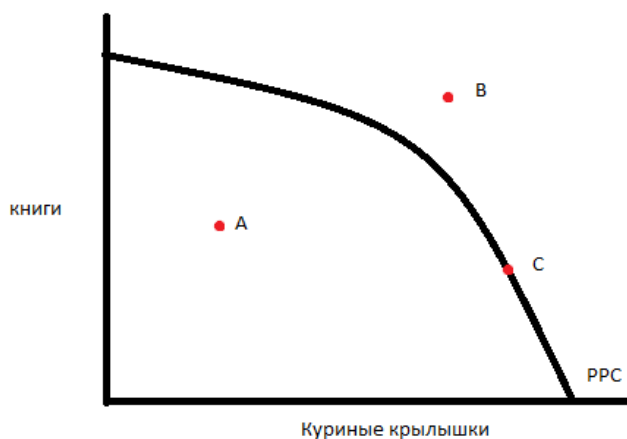
46. Какой из следующих определений является синонимом выражения «Факторы производства»?

- a) Товары и услуги
- b) Экономические ресурсы
- c) Долгосрочное совокупное предложение
- d) Реальный выпуск

47. Предположим, что Китай может производить один компьютер, используя 20 единиц ресурсов или 1 мотоцикл, используя 10 единиц ресурсов, в то время как Индия может производить 1 компьютер используя 10 единиц ресурсов и один мотоцикл используя 30 единиц ресурсов. Что будет являться альтернативными издержками производства компьютера в Индии?

- a) 2 мотоцикла
- b) 3 мотоцикла
- c) 1/2 мотоцикла
- d) 1/3 мотоцикла

48. Какая точка изображает оптимальное сочетание товаров для этой экономики?



- a) Точка А
- b) Точка В
- c) Точка С или точка В
- d) Нельзя определить

49. Предположим, что цена телевизоров выше чем свободное рыночное равновесии. Какой вариант будет правильным?

- I. Правительство установило эффективный ценовой потолок
- II. Сила рынка будет уменьшать цену на телевизоры к равновесию
- III. Будет дефицит телевизоров
- IV. Спрос сдвинется влево

- a) I, II
- b) I, III
- c) III
- d) II

50. Все перечисленное является примером экономических ресурсов, кроме

- a) Рука работа при производстве машин в Японии
- b) Сельскохозяйственные угодья в Малиновке
- c) Атомная электростанция в Подмосковье
- d) Ценные бумаги на фондовой бирже

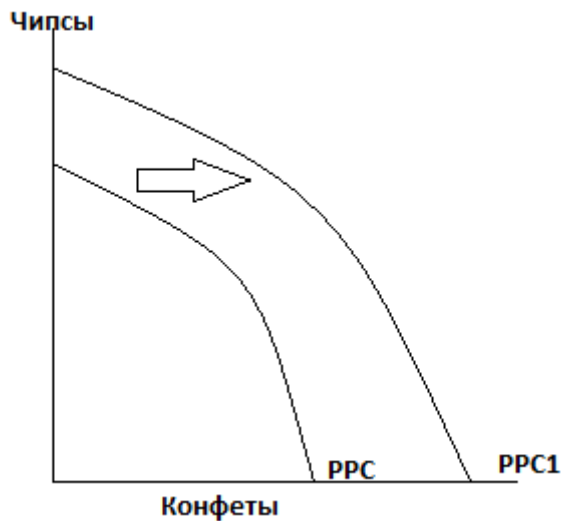
51. Предположим, что Алекс открыл собственный деревообрабатывающий бизнес. Если Алекс будет изготавливать одну шкатулку в 35 часов или 2 тумбочки в 70 часов. Какими будут его альтернативные издержки при производстве одной шкатулки?

- a) 1 тумбочка
- b) 2 тумбочки
- c) 1/2 тумбочки
- d) 3 тумбочки

52. Предположим, что правительство хочет помочь низкодоходным производителям на рынке одежды. Правительство решает, что лучшим курсом действий будет установление ценового минимума, который будет меньше рыночной цены. Какой будет эффект от данного ценового контроля?

- a) Никакой. Рынок будет оставаться в равновесии
- b) Будет дефицит одежды
- c) Будут излишки одежды
- d) Объем предложения будет увеличиваться.

53. Что из перечисленного верно относительно графика представленного ниже?



- a) PPC представляет неиспользованные ресурсы
- b) PPC к PPC1 является недостижимым
- c) PPC неэффективна
- d) PPC к PPC1 представляет экономический рост

54. Какой из следующих вариантов не будет рассматриваться при вычислении альтернативных издержек при решении завести собаку?

- a) Поездка к ветеринару
- b) Посещение классов тренировок собак
- c) Прогулки после обеда
- d) Покупка собачьей еды

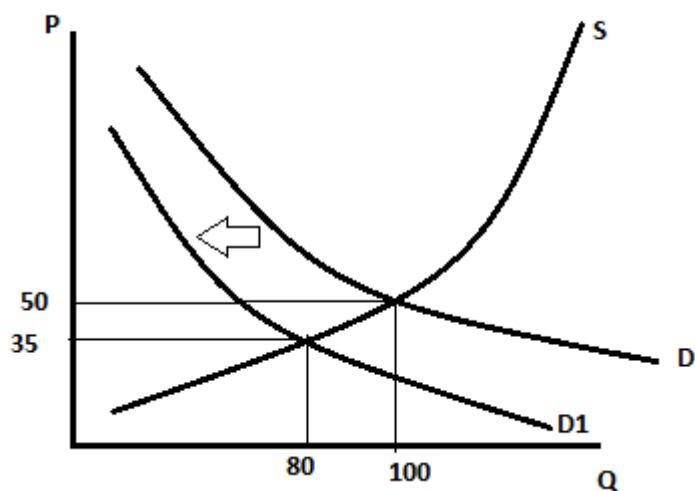
55. Если Кристина открывает свою точку продажи мороженого, то какой из вариантов будет верен?

- I. Кристина предприниматель
 - II. Кристина будет платить арендную плату
 - III. Ковш выдающий мороженое пример капитала товара
 - IV. Ресурсы Кристининого вознаграждения это почасовая оплата труда
- a) I, II, III
 - b) I, IV
 - c) I, III, IV
 - d) II, IV

56. Предположим, что Макс тщательно планирует график посещения тренажерного зала. Макс определяет, что он может выполнить 260 упражнений для верхней части тела в год или 780 упражнений для нижней части тела. Какими будут альтернативные издержки выполнения одного упражнения на нижнюю часть тела?

- a) 1/3 упражнения на верхнюю часть тела
- b) 3 упражнения на верхнюю часть тела
- c) 1 упражнение на верхнюю часть тела
- d) 2 упражнения на верхнюю часть тела

57. Используйте график представленный ниже. Предположим, что туфли и носки являются взаимодополняемыми товарами и туфли являются нормальным товаром. Какая из перечисленных причин, могла вызвать движение кривой спроса на рынке туфель?



- I. Цена носков растет
 - II. Цена сандалий, субститутов товара, растет
 - III. Потребительский доход растет
 - IV. Цена на туфли падает
- a) I
 - b) III, IV
 - c) II
 - d) I, II

58. Если землевладелец ежегодно получает 78 тыс. ден. ед. земельной ренты, а банк оплачивает вкладчикам 13% годовых, то цена земельного участка равна _____ тыс. рублей

59. Если цена товара увеличилась на 5%, а величина спроса уменьшилась на 10%, то этот спрос
- a) Неэластичный
 - b) Единичный
 - c) Эластичный
 - d) Совокупный

60. На некотором рынке рабочей силы спрос на труд выражается зависимостью $L_d = 160 - 2W$, а предложение труда $L_s = -40 + 3W$. Равновесная заработная плата на этом рынке составляет

61. К естественным монополиям РФ относятся
- a) Услуги по передаче электрической и тепловой энергии
 - b) Железнодорожные перевозки
 - c) Образовательные услуги
 - d) Производство чугуна и стали

62. Функция общих издержек монополиста $TC = 100 + 3Q$, где Q – количество единиц продукта, производимое в месяц, функция спроса на продукцию монополиста: $P = 200 - Q$, где P – цена продукта в ден. ед. Если монополист выпускает 20 ед. продукта в месяц, то его общий доход равен ____ ден. ед.

- a) 3600
- b) 4000
- c) 180
- d) 400

63. Типичными примерами смешанных общественных благ являются
- Телекоммуникационная связь
 - Спортивные клубы
 - Пожарная охрана
 - Уличное освещение
64. К ошибкам рынка нельзя отнести
- Неконкурентоспособность отдельных экономических субъектов
 - Неравномерность в распределении личных доходов
 - Возникновение монопольных тенденций в экономике
 - Неэффективность отдельных компаний
65. Согласно закону убывающей производительности, средний продукт достигает своего максимума в точке, в которой он равен
- Предельным издержкам
 - Предельному доходу
 - Валовому продукту
 - Предельному продукту
66. Барьером для проникновения в отрасль новых производителей не являются
- Патенты и лицензии
 - Высокий начальный капитал
 - Диверсификация производства
 - Низкие издержки производства
67. К долгосрочным экономическим циклам относят циклы
- Тоффлера
 - Митчелла
 - Маркса
 - Кондратьева
68. При расчете номинального ВВП учитываются
- Цены произведенных товаров и услуг текущего года
 - Объемы производства товаров и услуг текущего года
 - Цены произведенных товаров и услуг базового года
 - Объемы производства товаров и услуг базового года
69. Номинальная ставка процента равна 12%, годовой уровень инфляции – 10%. Реальная ставка процента
- 2%
 - 2%
 - 1,78%
 - 1,78%
70. Для оценки экономического роста используется показатель
- Темпа роста капиталотдачи
 - Темпа роста средней производительности труда
 - Темпа роста капиталовооруженности
 - Темпа роста национального дохода
71. При проведении сдерживающей денежно-кредитной политики
- Увеличивается денежная масса
 - Повышается курс национальной валюты
 - Снижается курс национальной валюты
 - Увеличивается процентная ставка
72. При полной занятости трудовых ресурсов отсутствует безработица
- Фрикционная
 - Структурная
 - Естественная
 - Циклическая
73. К инструментам политики протекционизма не относятся
- Добровольные экспортные ограничения

- b) Налогообложение отечественных товаров
 - c) Лицензирование
 - d) Квоты
74. Основными компонентами денежного предложения являются
- a) Вклады до востребования
 - b) Ценные бумаги
 - c) Золото в слитках
 - d) Бумажные деньги
75. Определите соответствие между терминами и их содержанием
1. общенародное разделение труда (МРТ)
 2. общее МРТ
 3. частное МРТ
 4. частное МРТ
- a) Характеризуется специализацией на выпуске отдельных видов готовой продукции и услуг, т.е. предметной специализацией
 - b) Характеризуется специализацией на производстве отдельных узлов
 - c) Характеризуется специализацией по отраслям и сферам
 - d) Это разъединение и распределение единого международного воспроизводственного процесса между странами.
76. Целью модели экономического роста _____ являлось создание систематической теории роста с учетом обоих эффектов инвестиций (мультипликатора и акселератора)
- a) Домара
 - b) Хансена
 - c) Харрода
 - d) Солоу
77. Показатель, характеризующий соотношение между приростом капитала и приростом выпуска, - это
- a) Акселератор
 - b) Мультипликатор
 - c) Предельная склонность к инвестированию
 - d) Коэффициент приростной капиталоемкости
78. Найти соответствие между терминами и их
1. разгосударствление экономики
 2. экономическая трансформация
 3. трансформационный спад
 4. переходная экономика
- a) Преобразование структур, форм и способов экономической деятельности, изменение ее целевой направленности
 - b) Уменьшение роли государства в управлении экономикой
 - c) Резкое сокращение объемов национального производства, вызванное переходным состоянием экономической системы, когда прежние механизмы организации хозяйственной деятельности уже разрушены, а новые – еще не сформированы.
 - d) Экономическая система, сочетающая черты и принципы хозяйствования старой командно-административной и новой формирующейся рыночной экономики
79. Аккумуляция депозитов, ведение текущих счетов, предоставление кредитов физическим и юридическим лицам – это функции
- a) Коммерческих банков
 - b) Министерства финансов
 - c) Центрального банка
 - d) Пенсионного фонда

80. В случае, когда правительство увеличивает расходы
- Сокращается совокупный спрос, растут инвестиции в экономику
 - Сокращается совокупный спрос, объем производства, занятость
 - Растет объем производства, занятость
 - Растет совокупный спрос
81. В долгосрочном периоде согласно классической модели уровень выпуска определяется
- Предложением денег и уровнем процентной ставки
 - Уровнем цен
 - Количеством используемого труда и капитала и уровнем используемой технологии
 - Уровнем государственных расходов и налогов
82. Предположим, что ВВП достигает своего минимума и уровень безработицы достиг своего пика. В какой части бизнес цикла находится экономика в данный момент?
- Спад
 - Пик
 - Подъем
 - Дно
83. Какой из перечисленных вариантов скорее всего будет причиной «инфляции издержек» (инфляция, вызываемая ростом производственных издержек при неизменном спросе)?
- Рост цен на масло
 - Увеличение валовых инвестиций
 - Увеличение международного значения доллара
 - Увеличение ставок по федеральным фондам
84. Какой из следующих вариантов не включается в расчет внутреннего валового продукта?
- Производство автомобилей
 - Комиссионные с покупки акций
 - Социальные страховые выплаты
 - Корректировки запасов (регулирование запасов)
85. Какой из вариантов потоков лучшим образом представляет землю, труд и капитал в круговой диаграмме потоков представленной ниже?



- 1
- 2
- 3
- 4

86. Предположим, что дефлятор ВВП 2004 года был равен 100, а реальный ВВП составлял 14 триллионов долларов. Какие из следующих предположений могут быть верными?
- I) Существует инфляция издержек
 - II) 2004 год является базовым годом
 - III) Существует циклическая безработица
 - IV) Номинальный ВВП составляет 14 триллионов долларов
- a) III, II
 - b) I, II
 - c) II, IV
 - d) I, III
87. Показатели реального ВВП дают лучшее представление об общем состоянии экономики, чем показатели номинального ВВП, потому что реальный ВВП:
- I) Не включает в себя чистый доход и трансфертные платежи
 - II) Учитывает изменения в уровне цен
 - III) Включает в себя капитальное имущество (средства производства) и товары общего потребления
 - IV) Измеряется в текущих ценах
- a) I, III
 - b) II
 - c) IV
 - d) I, IV
88. Какой из следующих вариантов наилучшим образом определяет реальную процентную ставку?
- I) Реальная процентная ставка = номинальная процентная ставка + ожидаемая инфляция
 - II) Реальная процентная ставка рассчитывается без учета изменения цен
 - III) Реальная процентная ставка = номинальная процентная ставка - ожидаемая инфляция
 - IV) Реальная процентная ставка и номинальная процентная ставка равны
- a) IV
 - b) I
 - c) III
 - d) I, II
89. В Кенсианской модели: рост _____ будет _____ выпуск и _____ безработицу
- a) Налогов; увеличивать; уменьшать
 - b) Инвестиций; уменьшать; увеличивать
 - c) Предложение денег; уменьшать; увеличивать
 - d) Правительственные расходы; увеличивать; уменьшать
90. Какой из предложенных вариантов верен по отношению к рынкам факторов производств в круговой модели потоков?
- I) Фирмы имеют спрос на экономические ресурсы
 - II) Домохозяйства платят за товары и услуги
 - III) Фирма предлагает товары и услуги
 - IV) Домохозяйства получают зарплату и оклад
91. В соответствии с моделью круговых потоков _____ получают доход на рынке товаров и _____ продают ресурсы на рынке факторов производств.
- a) Домохозяйства; домохозяйства
 - b) Домохозяйства; Фирмы
 - c) Фирмы; Фирмы
 - d) Фирмы; домохозяйства

92. Какой из следующих вариантов скорее всего вызовет снижении инфляции?
- Уменьшение ставки федеральных фондов
 - Уменьшение подоходных налогов
 - Уменьшение потребления
 - Рост инвестиционных расходов
93. Что происходит с выигрышем потребителей в стране-импортере и с выигрышем производителей в стране-экспортере, благодаря свободному товарообмену?
- Выигрыш потребителей растёт
 - Выигрыш производителей растёт
 - Выигрыш потребителей уменьшается
 - Выигрыш производителей уменьшается
94. Кто оплачивает надбавку к цене, в результате ввода таможенной пошлины?
- Предприятие -экспортер
 - Государство – импортер
 - Предприятие – импортер
 - Нет верного ответа
95. Увеличение степени участия страны в системе международных экономических отношений приводит к необходимости:
- Увеличению объемов экспортируемого товара
 - Увеличению объемов импортируемого товара
 - Расширению масштабов открытости национальной экономики
 - Все ответы верны
96. Цена свитера импортируемого из США при изменении курса с 25 руб. за 1 долл., до 30 руб. за 1 долл., если его цена в США составляет 50 долл., то на какую сумму изменится его цена?
- 150 долларов
 - 250 рублей
 - 250 долларов
 - 150 рублей
97. Что относится к прямым нетарифным методам регулирования внешнеэкономической деятельности?
- Общие квоты
 - Экспортные квоты
 - Тарифные квоты
 - Импортные квоты
98. Что приводит к сокращению рабочих мест у отечественных товаропроизводителей данной продукции?
- Снижение таможенных пошлин на импорт
 - Снижение таможенных пошлин на экспорт
 - Увеличение таможенных пошлин на импорт
 - Увеличение таможенных пошлин на экспорт
99. Страна N решает установить контроль над внешней торговлей с тем, чтобы снизить дефицит платёжного баланса. Одним из результатов этого решения будет:
- Снижение уровня инфляции в стране
 - Снижение темпов экономического роста
 - Снижение импорта в стране N
 - Снижение экспорта в стране N
100. В какой форме представлен платежный баланс, если слуги и текущие трансферты объединяются в счёте текущих операций, а капитальные трансферты, прямые инвестиции, портфельные инвестиции, финансовые производные, прочие инвестиции и резервные активы — в счёте операций с капиталом и финансовыми инструментами?
- Альтернативной
 - Нейтральной
 - Пропорциональной
 - Нет верного ответа

5.2. Вопросы для промежуточного контроля (экзамена)

1. Принципы экономической теории.
2. Предмет и методы экономической теории. Структура экономической теории.
3. Основные школы экономической теории.
4. Понятие спроса. Взаимосвязь между ценой и величиной спроса. Рыночный и индивидуальный спрос.
5. Сдвиги кривой спроса. Перемещение вдоль кривой спроса.
6. Понятие предложения. Взаимосвязь между ценой и величиной предложения. Рыночное и индивидуальное предложение.
7. Сдвиги кривой предложения. Перемещение вдоль кривой предложения.
8. Частное равновесие спроса и предложения. Три этапа изменений равновесия.
9. Понятие ограниченных ресурсов. Производственные возможности.
10. Специализация и торговля.
11. Принцип сравнительного преимущества. Понятие абсолютного преимущества.
12. Альтернативные издержки и сравнительное преимущество. Сравнительное преимущество и торговля.
13. Использование сравнительного преимущества.
14. Эластичность спроса по цене и ее определяющие факторы. Расчет эластичности спроса по цене.
15. Эластичность и общие расходы на линейной кривой спроса. Другие виды эластичности спроса.
16. Эластичность предложения. Расчет эластичности предложения по цене. Определяющие факторы эластичности предложения.
17. Применение предложения, спроса и эластичности.
18. Спрос, предложение и государственная экономическая политика.
19. Потребители, производители и эффективность рынков.
20. Понятие издержек производства. Общая выручка, общие издержки и прибыль. Издержки фирмы и стоимость капитала как альтернативные издержки фирмы.
21. Понятие экономической и бухгалтерской прибыли.
22. Типы издержек. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах.
23. Типы рыночных структур. Совершенная конкуренция.
24. Монополия. Ресурсы монополии. Монополия и конкуренция. Выручка, максимизация прибыли монополий.
25. Общественные издержки монополии. Государственная политика в отношении монополий.
26. Монополистическая конкуренция. Конкуренция дифференцированных товаров.
27. Олигополия. Понятие дуополии. Олигополистическое равновесие. Теория игр и экономика сотрудничества. «Дилемма заключенных».
28. Рынки факторов производств. Спрос, предложение и равновесие на рынке труда.
29. Земля и капитал. Как факторы производства.
30. Связь между факторами производства.
31. Общественные блага. Проблемы безбилетников. Сложности анализа «затраты-выгоды»
32. Общие ресурсы. Важнейшие общие ресурсы.
33. Внешние эффекты и неэффективность рынка.
34. Частные решения проблем внешних эффектов. Политическое решение проблем внешних эффектов.
35. Частно-государственное партнерство в решении проблем внешних эффектов.
36. Доходы и расходы в экономике. Измерение ВВП.
37. Составляющие ВВП. Реальный и номинальный ВВП. Уровень ВВП и экономическое благосостояние.
38. Измерение стоимости жизни. Индекс потребительских цен.
39. Корректировка экономических параметров с учетом инфляции.
40. Экономический рост в различных странах. Производительность: роль и определяющие факторы.
41. Сбережения и инвестиции. Убытие отдачи и эффект «быстрого старта». Иностранные инвестиции.
42. Финансовые рынки и посредники.
43. Сбережения и инвестиции в системе национальных счетов. Рынок заемных средств.
44. Характеристики экономических флуктуаций. Объяснение краткосрочных экономических флуктуаций.
45. Кривая совокупного спроса.
46. Кривая совокупного предложения.
47. Последствия изменений совокупного спроса и совокупного предложения.
48. Кривая Филлипса. Сдвиги кривой Филлипса.
49. Издержки антиинфляционной политики.

- 50. Осуществление денежно-кредитной политики.
- 51. Финансовые кризисы, причины, реакция.
- 52. Бюджетно-налоговая политика.
- 53. Единый Европейский рынок и евро.
- 54. Выгоды и издержки общей валюты.
- 55. Теория оптимальных валютных зон.
- 56. Зоны общей валюты.
- 57. Платежный баланс.

6. Критерии выставления итоговой оценки

Результат промежуточной аттестации (оценка) складывается из результатов текущего контроля успеваемости (посещение практических занятий, выполнение тестов и типовых заданий, а также подготовка эссе) и промежуточной аттестации (экзамена).

При определении оценки суммируются баллы, полученные по всем методам контроля (максимальная сумма баллов равна 100):

Эссе	Практические занятия	Контроль по разделам (тесты)	Экзамен
15	15	20	50

Эссе готовится студентом самостоятельно в течение семестра по выбранной и согласованной теме. Объем эссе составляет не более 10 тыс. знаков машинописного текста (А4; кегль 14; интервал 1,5; поля стандартные). Эссе должно содержать собственные выводы автора, подкрепленные обзором первоисточников, монографий и статей (список литературы — не менее 10 наименований). При оценке эссе учитываются содержание, оформление, уровень использованных источников.

Категорически не допускается плагиат.

Практические занятия. Рабочей программой курса предусмотрено не менее 16 практических занятий. За посещение одного практического занятия начисляется один балл. Сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного для данной формы текущего контроля.

Тестирование. Тестовые задания соответствуют разделам курса (дидактическим единицам). За успешное освоение раздела, контролируемое по результатам тестирования, начисляются баллы, равные доле данного раздела в максимальном количестве баллов, установленной для данной формы контроля.

Экзамен проводится в устной и/или письменной форме и заключается в ответе на поставленные в билете и уточняющие вопросы. Как правило, экзамен предусматривает время на подготовку письменного ответа по экзаменационным вопросам (билетам), утвержденным на заседании профильной кафедры.

Экзамен также может проводиться в форме тестирования.

Слушатели имеют право ознакомиться с экзаменационными вопросами (и типовыми тестами) заранее. В экзаменационных билетах может быть более одного (но не более двух) вопроса, причем комбинация вопросов (ответы на тесты) заранее неизвестна обучающимся.

При оценке развернутого ответа на экзамене учитывается уровень теоретической подготовки слушателя, освоение им базовых компетенций (корректное использование понятийного аппарата, корректные ссылки на первоисточники и классических авторов, понимание связи между концепциями и явлениями).

Согласно п. 7.4. ФГОС, по дисциплинам, трудоемкость которых составляет более трех зачетных единиц, должна выставляться оценка ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно").

Система пересчета баллов в оценку

Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
56—70	71—90	91—100

При отсутствии результатов текущего контроля успеваемости промежуточная аттестация не допускается.

7. Список основной и дополнительной литературы, нормативных документов

а) основная литература:

1) Мэнкью Н. Г., Тэйлор М. Экономикс. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2013.

б) дополнительная литература:

Учебная, учебно-методическая литература:

- 1) Бернанке Б., Фрэнк Р. Экономикс. Экспресс-курс. — СПб.: Питер, 2012.
- 2) Кругман П., Веллс Р., Олни М. Основы экономикс. — СПб.: Питер, 2011.
- 3) Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. 2-е изд. — М.: Норма, 2008.
- 4) Dodge E. 5 Steps to a 5: AP Microeconomics / Macroeconomics. — McGraw-Hill, 2012. (Додж Э. 5 шагов к 5: «ЭйПи» Микроэкономика / Макроэкономика).

Научно-популярные и публицистические работы для дискуссии и эссе:

- 1) Болл Ф. Критическая масса. Как одни явления порождают другие. — М.: Гелиос, 2008.
- 2) Сонин К. Уроки экономики. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2011.
- 3) Уилэн Ч. Голая экономика. Разоблачение унылой науки. — М.: Олимп-Бизнес, 2007.
- 4) Фридмен Т. Lexus и олива. Понимая глобализацию. — СПб.: ИГ «Весь», 2003.
- 5) Chang H.-J. Bad Samaritans. The Myth of Free Trade and the Secret History of Capitalism. — Bloomsbury Press, 2007. (Плохие самаритяне. Миф о свободной торговле и секретная история капитализма).

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- 1) **Microsoft Mathematics 4.0** — бесплатный программный продукт для Windows-платформы (включает удобный построитель графиков функций)
- 2) Портал по экономической теории. — URL: <http://economicus.ru/>
- 3) **Osborne M.** Mathematical methods for economic theory: a tutorial [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.economics.utoronto.ca/osborne/MathTutorial/> (математические методы для экономической теории: учебник — на английском языке с задачами и решениями).
- 4) **Wolfram Mathematica / Wolfram Alpha.** — URL: <http://www.wolframalpha.com/> — база знаний, включая полный спектр математических проблем и экономической статистики (макроэкономических данных).

г) нормативные документы (к нормативным документам относятся: законы, другие нормативные и нормативно-правовые акты и прочее)

Гипертекстовая база нормативно-правовых актов «Консультант плюс» или «Гарант»

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

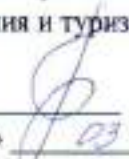
Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 05 » 2021 г.



«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.	
1.1. Наименование дисциплины (модуля).	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
1.3. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.	5
1.4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.	6
2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.	7
2.1. Тематический план	7
2.2. Содержание дисциплины	8
2.3. Тематика самостоятельной работы	15
3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).	16
4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).	16
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).	44
6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).	46
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины(модуля).	46
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	47
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины).	47

1. Пояснительная записка

1.1 Наименование дисциплины. «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Элективные курсы по физической культуре и спорту как составная часть общей культуры и профессиональной подготовки студента в период обучения в университете, входит обязательным разделом в базовую часть дисциплин, значимость которого проявляется через гармонизацию духовных и физических сил, формирование таких общечеловеческих ценностей, как здоровье, физическое и психическое благополучие, физическое совершенство.

Результатом образования в области элективных дисциплин по физической культуре и спорту должно быть создание у студентов устойчивой мотивации и потребности в выборе здорового образа жизни, в физическом самосовершенствовании, приобретении личного опыта творческого использования средств и методов физической культуры, в достижении достаточного уровня психофизической подготовленности.

Реализация программы по модулю «Элективные курсы по физической культуре и спорту» направлена на:

- повышение уровня теоретических знаний студентов в формировании навыков здорового образа жизни;
- достижение целостности знаний в области физической культуры, направленных на профессионально-личностное развитие будущего специалиста, его профессиональной компетенции;
- ориентацию всех видов программного материала на решение задач обучения студентов умениям физической самоподготовки, самосовершенствованию средствами физической культуры;
- учет профессиональной направленности университета, кадрового потенциала преподавателей физической культуры, специфики организации учебного процесса и возможностей материально-технической базы.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	компетенции	Коды направлений подготовки	Наименования направлений подготовки	Содержание
1.	УК - 7	38.03.02	«Менеджмент»	Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	Результаты освоения ООП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК - 7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и	Знать: Роль физической культуры в подготовке будущего специалиста; Методику использования видов двигательной активности в процессе учебной и профессиональной деятельности;

	<p>профессиональной деятельности</p>	<p>Основы обучения двигательным действиям; Основы развития и совершенствования физических качеств; Правила техники безопасности при выполнении упражнений; Уметь: Применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий; Применять средства и методы для развития и совершенствования физических качеств; Владеть средствами и методами физической культуры необходимыми для обеспечения полноценной жизнедеятельности;</p>
--	--------------------------------------	--

1.3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.

Модуль «Элективные курсы по физической культуре и спорту» в объеме 328 академических часов для очной формы обучения в форме практических занятий для обеспечения физической подготовленности обучающихся, в том числе профессионально-прикладного характера, уровня физической подготовленности для выполнения ими нормативов физической подготовленности.

Занятия проводятся согласно расписания на основе выбранного вида двигательной активности в учебном модуле.

Элективные курсы по физической культуре входит в базовую часть цикла дисциплин подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» очной формы обучения.

Дисциплина изучается на: 1 курсе - 1, 2 семестрах; 2 курсе - 4 семестре; 3 курсе - 5,6 семестрах.

1.4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» составляет 328 академических часов, из них 328 часа отводится на элективные занятия.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах).

Объем дисциплины	Всего часов для очной формы обучения
	Общая трудоемкость дисциплины
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	328
Аудиторная работа (всего):	328
в т. числе:	
Лекции	-
Практические занятия	318
Лабораторные работы	-
Групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу	0,75

обучающихся с преподавателем	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	9,25
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	зачет

2. Содержание курсы (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Виды учебной деятельности	Всего часов	В том числе		
		Аудиторная	Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации
Контактная работа, аудиторные занятия, в том числе:	328			
Лекции	-	-	-	-
Практические занятия	318	318	-	-
Семинарские занятия	-	-	-	-
Самостоятельная работа	9,25	-	9,25	-
Виды промежуточной аттестации	0,75	0,75	-	зачет
Общая трудоёмкость, часы	328	318,75	9,25	

Виды учебной деятельности	Всего часов	семестры					
		1	2	3	4	5	6
Контактная работа, аудиторные занятия, в том числе:	318	64	64	-	64	63	63
Лекции	-	-	-	-	-	-	-
Практические занятия	318	64	64	-	64	63	63
Семинарские занятия							
Самостоятельная работа	9,25	2	1,75	-	1,75	2	1,75
Виды промежуточной аттестации, зачет	0,75	-	0,25	-	0,25	-	0,25
Общая трудоёмкость, часы	328	66	66	-	66	65	65

2.1. Тематический план (очная форма обучения)

Темы	Количество часов				
	Аудиторные занятия				Самос- тоят. работа
	Всего	в том числе			
		Лекции	Практ. занятия	ИКР	
Модуль «Элективные курсы по физической культуре»					
Практические занятия на основе вида двигательной активности	327,25	-	318	-	9,25
Зачет	0,75	-	-	0,75	-
Итого часов	328		318	0,75	9,25

2.2. Содержание курсы

Модуль «Элективные курсы по физической культуре и спорту» включают элективные практические занятия на основе избранного обучающимся вида двигательной активности (вида спорта) с профессионально-прикладной направленностью. Содержание модуля направлено на решения таких задач, как: приобретение опыта творческой практической деятельности, развитие самостоятельности, повышение уровня двигательных способностей, функционального состояния организма, достижение физического совершенствования, формирования физических качеств и индивидуальных свойств личности.

№ п/п	Наименование вида двигательной активности	Содержание
1.	Общефизическая подготовка с основами атлетической гимнастики	Ознакомление с правилами техники безопасности. Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Упражнения для воспитания силы: упражнения с отягощением, соответствующим собственному весу, весу партнера и его противодействию, с сопротивлением упругих предметов (эспандеры и резиновые амортизаторы), с отягощением (гантели, набивные мячи). Упражнения для воспитания выносливости: упражнения или элементы с постепенным увеличением времени их выполнения. Упражнения для воспитания гибкости. Методы развития гибкости: активные (простые, пружинящие, маховые), пассивные (с самозахватами или с помощью партнера). Упражнения для воспитания ловкости. Методы воспитания ловкости. Использование подвижных игр, гимнастических упражнений. Упражнения для воспитания быстроты. Совершенствование двигательных реакций повторным

		реагированием на различные (зрительные, звуковые, тактильные) сигналы. Методика оценки уровня функционального и физического состояния организма.
2.	Атлетическая гимнастика	Ознакомление с правилами техники безопасности. Изучение методических основ выполнения упражнений на тренажерах. Техника безопасности выполнения отдельных упражнений на тренажерах. Локальность воздействия отдельных упражнений на группы мышц. Разучивание и выполнение комплексов упражнений различного уровня воздействия. Упражнения для укрепления мышц из положения лёжа и сидя с партнёром и без (нижнего, верхнего и среднего отделов брюшного пресса). Использование тренажёрных снарядов (набивные мячи, эспандеры, гимнастические скакалки) для работы на мышцы брюшного пресса и спины. Работа на специализированных тренажёрах.
3.	Плавание. Начальное обучение	Ознакомление с правилами техники безопасности. Изучение подготовительных упражнений для освоения с водой, подводящие, имитационные упражнения для освоения гребковых движений работы рук и ног, согласования движений в способах плавания. Изучение основ техники спортивных способов плавания, кроль на груди и кроль на спине. Обучение технике стартов поворотов. Игры развлечения на воде. Общеразвивающие упражнения в воде для развития основных физических качеств.
4.	Спортивное плавание	Ознакомление с правилами техники безопасности. Общеразвивающие упражнения в воде для развития основных физических качеств. Имитационные упражнения. Упражнения для разучивания и совершенствования техники спортивных способов плавания, старта с тумбочки, старта в плавании кролем на спине, поворотов в данных спортивных способах плавания. Упражнения спортивной тренировки пловца. Плавание с использованием равномерного, переменного, интервального методов. Проплывание отрезков и дистанций с использованием повторного метода. Соревновательный и контрольный методы. Игровые задания. Правила соревнований. Судейство. Профессионально-прикладная физическая подготовка обучающихся средствами плавания.
5	ОФП с основами волейбола	Ознакомление с правилами техники безопасности. Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами.

		Техника перемещений (ходьба; бег; скачок). Поддачи (нижняя прямая; нижняя боковая; верхняя прямая; верхняя боковая). Передачи (вперед; назад). Нападающий удар. Прием мяча (снизу двумя руками; снизу одной рукой). Блок. Тактика игры (тактика защиты; тактика нападения). Учебная игра. Общая физическая и специальная физическая подготовка волейболиста. Профессионально-прикладная физическая подготовка обучающихся средствами волейбола.
6.	Волейбол	Ознакомление с правилами техники безопасности. Правила соревнований. Техника перемещений (ходьба; бег; скачок). Поддачи (нижняя прямая; нижняя боковая; верхняя прямая; верхняя боковая). Передачи (вперед; назад). Нападающий удар. Прием мяча (снизу двумя руками; снизу одной рукой). Блок. Тактика игры (тактика защиты; тактика нападения). Учебная игра. Общая физическая и специальная физическая подготовка волейболиста. Профессионально-прикладная физическая подготовка обучающихся средствами волейбола.
7.	ОФП с основами с баскетбола	Ознакомление с правилами техники безопасности. Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Правила соревнований. Техника перемещений (ходьба; бег; приставные шаги; прыжки; остановки; повороты). Техника нападения (ловля мяча; передача мяча; ведение мяча; броски). Техника защиты (выбивание; вырывание; накрывание; перехват; овладение мячом, отскочившим от щита или корзины). Тактика игры (тактика нападения; индивидуальные действия с мячом и без мяча; групповые взаимодействия). Учебная игра. Общая физическая и специальная физическая подготовка баскетболиста. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов средствами баскетбола.
8.	Баскетбол	Ознакомление с правилами техники безопасности. Правила соревнований. Техника перемещений (ходьба; бег; приставные шаги; прыжки; остановки; повороты). Техника нападения (ловля мяча; передача мяча; ведение мяча; броски). Техника защиты (выбивание; вырывание; накрывание; перехват; овладение мячом, отскочившим от щита или корзины). Тактика игры (тактика нападения; индивидуальные действия с мячом и без мяча; групповые взаимодействия). Учебная игра. Общая физическая и специальная физическая подготовка баскетболиста. Профессионально-прикладная физическая подготовка

		студентов средствами баскетбола.
9.	Мини - футбол	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Правила соревнований. Техника игры (передвижения: бег, ходьба, остановки, повороты, прыжки; удары по мячу: ногой, головой; ведение мяча; обманные движения (финты); прием мяча (остановка). Тактика игры. Учебная игра. Общая физическая и специальная физическая подготовка футболиста. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов средствами футбола.</p>
10.	ОФП с основами с бадминтона	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Правила соревнований. Освоение техники основных технических приемов в бадминтоне (стойки, подачи, удары, перемещения). Тактика игры, особенности парной игры. Особенности смешанной игры.</p> <p>Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов средствами бадминтона.</p>
11.	Бадминтон	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности. Освоение техники основных технических приемов в бадминтоне. (стойки, подачи, удары, перемещения. Тактика игры, Особенности парной игры. Особенности смешанной игры.</p> <p>Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов средствами бадминтона.</p>
12.	ОФП с основами настольного тенниса	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Правила соревнований. Упражнения с мячом и ракеткой. Основные положения теннисиста. Способы удержания ракетки. Удары по мячу. Вращение мяча. Исходные положения, выбор места. Способы перемещения. Шаги, прыжки, выпады, броски. Подачи. Тактика одиночных игр. Игра в защите. Основные тактические комбинации. Основы тренировки теннисиста. Тренировка двигательных реакций. Игра у стола. Игровые комбинации.</p>
13.	Настольный теннис	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Правила соревнований. Способы удержания ракетки. Жесткий хват, мягкий хват, хват «пером». Разновидности хватки «пером», «малые клещи», «большие клещи». Удары по мячу накатом. Удар по мячу с полулета, удар подрезкой,</p>

		<p>срезка, толчок. Игра в ближней и дальней зонах. Вращение мяча. Основные положения теннисиста. Исходные положения, выбор места. Способы перемещения. Шаги, прыжки, выпады, броски. Одношажные и двухшажные перемещения. Подача (четыре группы подач: верхняя, боковая, нижняя и со смешанным вращением). Подачи: короткие и длинные. Подача накатом, удары слева, справа, контркат (с поступательным вращением). Удары: накатом с подрезанного мяча, накатом по короткому мячу, крученая «свеча» в броске. Тактика одиночных игр. Игра в защите. Основные тактические комбинации. Применение подач с учетом атакующего и защищающего соперника. Основы тренировки теннисиста. Специальная физическая подготовка. Упражнения с мячом и ракеткой. Вращение мяча в разных направлениях. Тренировка двигательных реакций. Атакующие удары (имитационные упражнения) и в игре. Передвижения у стола (скрестные и приставные шаги, выпады вперед, назад и в стороны). Тренировка удара: накатом у стенки, удары на точность. Игра у стола. Игровые комбинации. Подготовка к соревнованиям (разминка общая и игровая).</p>
14.	ОФП с основами ритмической гимнастики	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Изучение базовых элементов техники движений. Построение занятия, требования к частям. Развитие основных физических качеств, разучивание и совершенствование различных комбинаций в ритмической гимнастики.</p> <p>Общеразвивающие упражнения в сочетании с танцевальными движениями на основе базовых шагов под музыкальное сопровождение. Разучивание комплексов упражнений силовой направленности, локального воздействия на различные группы мышц.</p> <p>Упражнения локального и регионального характера, упражнения на равновесие, изометрические упражнения с максимальным мышечным напряжением из различных исходных положений.</p> <p>Основы методики развития гибкости. Разучивание и совершенствование упражнений из различных видов стретчинга: пассивного и активного, динамического и статического. Рекомендации к составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом имеющихся отклонений в состоянии</p>

		здоровья.
15.	Ритмическая гимнастика	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Изучение базовых элементов техники движений. Построение занятия, требования к частям. Развитие основных физических качеств, разучивание и совершенствование различных комбинаций в ритмической гимнастики.</p> <p>Общеразвивающие упражнения в сочетании с танцевальными движениями на основе базовых шагов под музыкальное сопровождение. Разучивание комплексов упражнений силовой направленности, локального воздействия на различные группы мышц.</p> <p>Упражнения локального и регионального характера, упражнения на равновесие, изометрические упражнения с максимальным мышечным напряжением из различных исходных положений.</p> <p>Основы методики развития гибкости. Разучивание и совершенствование упражнений из различных видов стретчинга: пассивного и активного, динамического и статического. Рекомендации к составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.</p>
16.	ОФП с основами Микс-Аэробики	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств).</p> <p>Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами.</p> <p>Изучение базовых элементов техники движений. Построение занятия, требования к частям. Развитие основных физических качеств, разучивание и совершенствование различных комбинаций аэробики различных направлений.</p> <p>Средства танцевальной аэробики с элементами шейпинга: общеразвивающие упражнения в сочетании с танцевальными движениями на основе базовых шагов под музыкальное сопровождение. Разучивание комплексов упражнений силовой направленности, локального воздействия на различные группы мышц.</p> <p>Фитбол-аэробика: Особенности содержания занятий по фитбол-аэробике. Упражнения локального и регионального характера, упражнения на равновесие, изометрические упражнения с максимальным мышечным напряжением из различных исходных положений.</p> <p>Степ-аэробика: обучение различным вариантам шагов с подъемом на платформу (гимнастическую скамейку) и спуском с нее, танцевальным движениям, переходам с</p>

		<p>изменением ритма и направления движений.</p> <p>Основы методики развития гибкости. Разучивание и совершенствование упражнений из различных видов стретчинга: пассивного и активного, динамического и статического. Рекомендации к составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.</p>
17.	Микс-Аэробика	<p>Ознакомление с правилами техники безопасности.</p> <p>Изучение базовых элементов техники движений. Построение занятия, требования к частям. Развитие основных физических качеств, разучивание и совершенствование различных комбинаций аэробики различных направлений.</p> <p>Средства танцевальной аэробики с элементами шейпинга: общеразвивающие упражнения в сочетании с танцевальными движениями на основе базовых шагов под музыкальное сопровождение. Разучивание комплексов упражнений силовой направленности, локального воздействия на различные группы мышц.</p> <p>Фитбол-аэробика: Особенности содержания занятий по фитбол-аэробике. Упражнения локального и регионального характера, упражнения на равновесие, изометрические упражнения с максимальным мышечным напряжением из различных исходных положений.</p> <p>Степ-аэробика: обучение различным вариантам шагов с подъемом на платформу (гимнастическую скамейку) и спуском с нее, танцевальным движениям, переходам с изменением ритма и направления движений.</p> <p>Основы методики развития гибкости. Разучивание и совершенствование упражнений из различных видов стретчинга: пассивного и активного, динамического и статического. Рекомендации к составлению комплексов упражнений по совершенствованию отдельных физических качеств с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.</p>
18.	Самооборона	<p>Общеразвивающие упражнения без предметов и с предметами. Упражнения для формирования правильной осанки. Упражнения для развития координации и точности движений. Упражнения для развития вестибулярного аппарата. Упражнения для развития ловкости. Развитие быстроты. Бег на короткие дистанции. Челночный бег.</p> <p>Развитие выносливости. Бег на длинные дистанции. Овладение навыками самостраховки. Кувырки, падения.</p> <p>Удары рукой и ногой. Прямой удар. Удар снизу. Удар сбоку. Удары ногой сбоку и назад. Защитные действия руками и</p>

		ногами. Подставка предплечья. Болевые приемы. Загиб руки за спину. Сваливание для связывания. Рычаг руки наружу и внутрь. Броски. Задняя подножка. Бросок через спину. Освобождение от захватов противника. Освобождение от захвата рук. Освобождение от захвата за шею спереди. Освобождение от захвата туловища и рук сзади. Освобождение от захвата туловища спереди.
19.	Рукопашный бой	Основные стойки и позиции: ритуальные, информационные, тренировочные, боевые. Удары руками: прямой, боковой, апперкот, удары локтем. Удары в движении. Серии ударов. Удары ногами. Передвижение с нанесением ударов руками и ногами. Обучение защите от ударов руками и ногами. Блоки, уклоны, нырки, сбивы, уходы, захваты, встречные удары. Приемы страховки и само страховки при падении. Борьба в стойке: приемы выведения из равновесия, бросковая техника, освобождение от захватов. Борьба в партере: позиции удержания, контроль, перевороты, болевые и удушающие приемы.
20.	ОФП с основами Zumba-fitness	Ознакомление с правилами техники безопасности. Общая физическая подготовка (совершенствование двигательных действий, воспитание физических качеств). Средства и методы ОФП: строевые упражнения, общеразвивающие упражнения без предметов, с предметами. Разучивание базовых шагов ритмов программы зумба: танго, кебрадита, сока, фламенко, самба. Разучивание техники фитнес танцев. Разучивание силового комплекса и стрейтчинга на гимнастических ковриках. – Кардиотренировка.
21.	Zumba-fitness	Разучивание базовых шагов ритмов программы зумба: танго, кебрадита, сока, фламенко, самба. Разучивание техники фитнес танцев "Habaneros", сока "Zoka Zumba"; кебрадита "Quiebra"; фламенко "Lolita"; самба "Alegria", меренга "El amore, el amore", кумбия "Bla bla bla", реггетон "Zumba mami", сальса "Gozando". Разучивание силового комплекса и стрейтчинга на гимнастических ковриках. Кардиотренировка.

2.3. Тематика самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельной работы
	Практические занятия на основе вида двигательной активности	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями. Составление комплекса упражнений оздоровительной направленности.

1	Методы самоконтроля в занятиях физическими упражнениями
	Методика составления комплексов упражнений в избранном виде двигательной активности
	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности специалиста. Составление комплекса упражнений производственной гимнастики.

Для обучающихся специальной медицинской группы используются средства корригирующей и оздоровительно-профилактической направленности. В занятиях используется индивидуально-дифференцированный подход в зависимости от уровня функциональной и физической подготовленности, характера и выраженности структурных и функциональных нарушений в организме, вызванных временными или постоянными патологическими факторами. Для данной категории обучающихся в занятиях есть ограничения двигательной нагрузки с учетом имеющихся противопоказаний, обусловленных конкретным заболеванием и в соответствии с рекомендациями врача. Используются статические и динамические дыхательные упражнения, общеразвивающие упражнения, упражнения в расслаблении, статико-динамические упражнения, упражнения в равновесии, на координацию движений, подвижные игры с различной психофизической нагрузкой, элементы стретчинга, фитбола, аэробики, пилатеса, йоги. Методики дыхательных гимнастик.

Студенты, временно освобожденные по состоянию здоровья (четвертой функциональной группы здоровья) выполняют индивидуальные проектные задания по темам:

1 семестр. Диагноз и краткая характеристика заболевания студента. Влияние заболевания на личную работоспособность и самочувствие. Место ЛФК в поддержании здоровья.

2 семестр. Медицинские противопоказания при занятиях физическими упражнениями и применения других средств физической культуры при данном заболевании (диагнозе). Физическая реабилитация и рекомендуемые средства лечебной и оздоровительной физической культуры при данном заболевании (диагнозе).

4 семестр. Реализация компонентов здорового образа жизни студента с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.

5 семестры. Оздоровительная физическая культура и ее место в поддержании работоспособности.

6 семестр. Реализация здоровьесберегающих технологий с учетом показателей физического состояния и имеющегося отклонения в здоровье.

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

- Материалы лекций;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной курсы.

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами курсы являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Контролируемые модули, разделы (темы) курсы	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций			Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	рубежный контроль по дисциплине	итоговый контроль по дисциплине	
«Элективная дисциплина по физической культуре и спорту» Практические занятия на основе вида двигательной активности	УК – 7	Контрольные упражнения - задания Учебные проекты	Тестирование	зачет	Контрольные упражнения по виду двигательной активности Тесты для оценки физической подготовленности

4.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Показатели и критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Критерии оценки формируются в два этапа:

1-й этап: определение критериев оценки отдельно формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной курсы, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве

основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной курсы наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной курсы.

Критерии определения сформированности компетенций на итоговой аттестации по дисциплине

Компетенции	Этапы формирования	Показатели сформированности	Средства и критерии оценки
УК -7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Ориентировочный (начальный)	Знать: Роль физической культуры в подготовке будущего специалиста; Методику использования видов двигательной активности в процессе учебной и профессиональной деятельности; Основы обучения двигательным действиям; Основы развития и совершенствования физических качеств; Правила техники безопасности при выполнении упражнений;	Посещение практических занятий не менее 80%
	Деятельностный (Основной)	Уметь: Применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий; Применять средства и методы для развития и совершенствования физических качеств;	Комплексы упражнений Контрольных упражнений
	Контрольно-корректировочный (завершающий)	Владеть средствами и методами физической культуры необходимыми для обеспечения полноценной жизнедеятельности;	Выполнение тестов физической подготовленности
	Деятельностный (Основной)	Уметь: использовать средства и методы различных систем физических упражнений в зависимости от условий осуществления предпринимательской	Комплексы упражнений Выполнение контрольных упражнений

		деятельности;	
	Контрольно-корректировочный (завершающий)	Владеть: навыками самостоятельно применять виды двигательной активности и самоконтроля для профилактики утомляемости, профессиональных заболеваний и производственного травматизма при осуществлении предпринимательской деятельности.	Выполнение тестов физической подготовленности

4.3. Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Контрольные упражнения – задания Модуля «Элективные курсы по физические культуры»

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Перечень проверяемых компетенций:

УК – 7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ И ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1 – 3 курсов
Элективная дисциплина БАСКЕТБОЛ

1 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Прыжок в длину с места (см)	235	225	220	205	190	190	180	170	160	150
2.	Ведение с последующим броском после двух шагов	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3.	Штрафные броски. Количество попаданий из 10 бросков	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

2 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Перемещения различными способами вокруг штрафной зоны	16,0	16,5	17,5	18,5	19,5	17,5	18,0	18,5	19,5	20,5
2.	Ведение с изменением направления (змейка) с последующим броском после двух шагов	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3.	Штрафные броски. Количество попаданий из 10 бросков	6	5	4	3	1	6	5	4	3	1

3 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Перемещения различными способами вокруг штрафной зоны	15,5	16,0	17,0	18,0	19,0	17,5	18,0	18,5	19,0	20,0
2.	Ведение с изменением направления (змейка) с последующим броском после двух шагов	6	5	3	2	1	6	4	3	2	1
3.	Штрафные броски. Количество попаданий из 10 бросков	6	5	4	3	2	6	5	4	3	2

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине баскетбол**

1. Прыжок в длину с места. (для 1 курса)

Прыжок выполняется толчком двумя ногами в соответствующем секторе для прыжков. Место отталкивания должно обеспечивать хорошее сцепление с обувью. Участник принимает ИП: ноги на ширине плеч, ступни параллельно, носки ног перед линией отталкивания. Одновременным толчком двух ног выполняется прыжок вперед. Мах руками допускается.

Измерение производится по перпендикулярной прямой от места отталкивания любой ногой до ближайшего следа, оставленного любой частью тела участника. Участнику предоставляются три попытки. В зачет идет лучший результат.

Ошибки (попытка не засчитывается): заступ за линию отталкивания или касание ее; выполнение отталкивания с предварительного подскока; отталкивание ногами поочередно.

1. Перемещения различными способами вокруг штрафной зоны. (для 2 и 3 курса)

По периметру баскетбольной штрафной зоны стандартного размера расставить 4 конуса (по внешним углам зоны). Все перемещения выполнять лицом к противоположному щиту. Высокий старт из-за лицевой линии слева от щита, правая рука на конусе. По сигналу начинать перемещения приставным шагом в защитной стойке правым боком (коснуться конуса левой рукой), затем вперед до штрафной линии (коснуться конуса левой рукой), затем приставным шагом левым боком в защитной стойке вдоль штрафной линии (коснуться конуса правой рукой), затем спиной вперед до лицевой линии (коснуться конуса правой рукой). Второй круг выполнять в обратном направлении: вперед, правым боком, спиной вперед, левым боком. На каждой смене передвижения – коснуться конуса рукой.

Время выполнения в секундах: от стартового сигнала до последнего касания конуса.

Ошибки: Перемещения неуказанным способом, нарушение границ штрафной зоны.

2. Ведение с последующим броском после двух шагов. (для 1 курсов)

Ведение мяча справа и слева от центральной линии с последующим выполнением броска после двух шагов соответствующей рукой. Выполнять по 3 раза с левой и правой стороны. Считается количество попаданий (из 6 бросков). Засчитываются попадания, выполненные без игровых нарушений. Каждый участник выполняет по 3 попытки. Фиксируется лучший результат.

Ошибки: Нарушение двушажного ритма (1 или 3 шага), выполнение шагов не в той последовательности, броски в кольцо разноименной рукой, пробежки, нарушения техники ведения.

2. Ведение с изменением направления (змейка) с последующим броском после двух шагов. (для 2 и 3 курсов)

Поставить по 5 конусов с правой и левой стороны площадки (расстояние между конусами 2 метра). Выполнять по 3 раза с левой и правой стороны. Ведение мяча с изменением направления (змейка) дальней рукой от конуса и бросок после двух шагов соответствующей рукой. Считается количество попаданий (из 6 бросков). Засчитываются попадания, выполненные без игровых нарушений. Каждый участник выполняет по 3 попытки. Фиксируется лучший результат.

Ошибки: Нарушение двушажного ритма (1 или 3 шага), выполнение шагов не в той последовательности, броски в кольцо разноименной рукой, пробежки, нарушения техники ведения.

3. Штрафные броски. Количество попаданий из 10 бросков.

Выполнить 10 штрафных бросков без игровых нарушений. Попадание с нарушением не засчитывается. Каждый участник выполняет по 3 попытки. Фиксируется лучший результат.

Ошибки: Заступ штрафной линии.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ И ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1 – 3 курсов
Элективная дисциплина БАДМИНТОН

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки				
		1 КУРС				
		5	4	3	2	1
1.	Выполнение подачи открытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	8	6	3	Менее 3
2.	Выполнение подачи закрытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	8	6	3	Менее 3
3.	Двусторонняя игра через сетку, количество ударов над сеткой без потери волана	50 ударов без потери волана	35	20	10	Менее 10
Контрольное упражнение		2 КУРС				
		5	4	3	2	1
		1.	Выполнение подачи открытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	9	8
2.	Выполнение подачи закрытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	9	8	7	Менее 5
3.	Двусторонняя игра через сетку, количество ударов над сеткой без потери волана	60 ударов без потери волана	50	40	30	Менее 20
Контрольное упражнение		3 КУРС				
		5	4	3	2	1
		1.	Выполнение подачи открытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	9	8
2.	Выполнение подачи закрытой стороной ракетки, количество попаданий в квадрат подачи	10	9	8	7	Менее 6

3.	Двусторонняя игра через сетку, количество ударов над сеткой без потери волана	70 ударов без потери волана	60	50	40	Менее 30
----	---	-----------------------------	----	----	----	----------

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине бадминтон**

1. Подача открытой стороной ракетки (кол-во попаданий в зону подачи)

— введение волана в игру. Хватка «Открытая» — это значит, при любом ударе этой стороной рука с ракеткой как бы открывает туловище.

Основная стойка, ноги на ширине плеч. Левое плечо развернуто вперед. Волан держится в левой вытянутой вперед руке. Правая рука отведена назад вниз в сторону, потом энергичное движение кисти руки, и ракетка бьет по волану, выпущенному из левой руки. Одновременно с ударом корпус поворачивается влево, и тяжесть тела передается на левую ногу. Ракетка движется по инерции вперед вверх. (Движения похожи на те, которые проделывает волейболист при нижней подаче мяча.)

Выполнить 10 подач через сетку в правый квадрат подачи (без ошибок). Правильной считается подача, без технических ошибок, при которой волан приземляется в поле подачи. Попадание волана с нарушением не засчитывается. Каждый участник выполняет 1 подход. Фиксируется количество попаданий.

Ошибки при подаче:

1. Нельзя отрывать ногу от пола.
2. В момент удара ракетка не должна подниматься выше пояса игрока.

2. Подача закрытой стороной ракетки (кол-во попаданий в зону подачи)

— введение волана в игру. «Закрытая» сторона — рука с ракеткой как бы закрывает туловище.

Основная стойка, ноги на ширине плеч. Правое плечо развернуто вперед. Волан держится в левой вытянутой вперед руке. Правая рука отведена назад вниз в сторону, потом энергичное движение кисти руки, и ракетка бьет по волану, выпущенному из левой руки. Одновременно с ударом корпус поворачивается вправо, и тяжесть тела передается на правую ногу. Ракетка движется по инерции вперед вверх.

Выполнить 10 подач через сетку в левый квадрат подачи (без ошибок). Правильной считается подача, без технических ошибок, при которой волан приземляется в поле подачи. Попадание волана с нарушением не засчитывается. Каждый участник выполняет 1 подход. Фиксируется количество попаданий.

Ошибки при подаче:

1. Нельзя отрывать ногу от пола.
2. В момент удара ракетка не должна подниматься выше пояса игрока.

3. Двухсторонняя игра справа/слева в парах без потери волана (кол-во раз)

Откидка - удар открытой и закрытой стороной ракетки по волану, находящемуся на уровне кромки сетки и ниже, который затем летит по высокой траектории.

Удар справа выполняют открытой стороной ракетки.

Из основной стойки разверните корпус вправо и немного отклоните его назад. Тяжесть тела на отставленной назад правой ноге. Рука с ракеткой чуть согнута в локте и отведена назад вверх. Ракетка должна встретить волан немного впереди корпуса. Когда волан приближается, рука с ракеткой делает хлесткий, свободный удар. Все время смотрите на подлетающий волан — это избавит от промахов.

Удар слева выполняют закрытой стороной ракетки.

Корпус поворачивается влево. Тяжесть тела переносится на левую ногу. Затем правая нога делает шаг вперед навстречу подлетающему волану. Одновременно ракетка отводится назад влево.

Вы смотрите на подлетающий волан и начинаете разворот корпуса в направлении удара. Руку с ракеткой выносите локтем вперед навстречу волану, распрямляете ее и хлестким движением бьете по волану.

С партнером через сетку технически правильно выполнить удары справа, слева. Уметь сочетать оба приема в двухсторонней игре через сетку. Учитывается количество ударов без потери волана.

Ошибки:

1. Одному и тому же испытуемому нельзя касаться волана (выполнять удар) подряд дважды.
2. Волан не должен коснуться пола (потеря волана).

Контрольные упражнения по модулю «Элективные курсы по физической культуре».

«ОФП с элементами атлетической гимнастики»

1 курс

Контрольные нормативы для девушек

Упражнение	Оценка в баллах				
	5	4	3	2	1
Сгибание-разгибание рук в упоре лежа, количество	12	11	9	7	4
Приседания за 30 с, раз	25	23	21	19	17
Гиперэкстензия из положения лежа на животе, раз	55	47	36	25	20

Контрольные нормативы для юношей

Упражнение	Оценка в баллах				
	5	4	3	2	1
Сгибание-разгибание рук на брусьях, количество	20	17	14	10	6
Выпрыгивания из положения присед, количество раз в мин.	45	35	25	20	10
Гиперэкстензия из положения лежа на животе, раз	55	45	35	30	20

**Контрольные упражнения по модулю «Элективные курсы по физической культуре».
«Атлетическая гимнастика»
2-3 курс**

Контрольные нормативы для девушек

Упражнение	Оценка в баллах				
	5	4	3	2	1
Сгибание-разгибание рук в упоре лежа, количество	15	13	11	8	4
Приседания за 30 с, раз	30	28	26	24	22
Гиперэкстензия из положения лежа на животе, раз	60	50	40	30	20

Контрольные нормативы для юношей

Упражнение	Оценка в баллах				
	5	4	3	2	1
Сгибание-разгибание рук на брусьях, количество	25	21	17	13	9
Выпрыгивания из положения присед, количество раз в мин.	50	40	30	20	10
Гиперэкстензия из положения лежа на животе, раз	60	50	40	30	20

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1-3 курсов
Элективная дисциплина ВОЛЕЙБОЛ
1 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Передача мяча сверху двумя руками над собой	15	13	11	9	7	15	13	11	9	7
2.	Передача мяча снизу двумя руками в стену	15	13	11	9	7	15	13	11	9	7
3.	Верхняя прямая подача	10	8	6	4	2	10	8	6	4	2

2 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Передача мяча сверху двумя руками над собой	18	15	13	11	9	18	15	13	11	9
2.	Передача мяча снизу двумя руками в стену	18	15	13	11	9	18	15	13	11	9
3.	Верхняя прямая подача	11	9	7	5	3	11	9	7	5	3

3 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Передача мяча сверху двумя руками над собой	20	17	15	13	11	20	17	15	13	11
2.	Передача мяча снизу двумя руками в стену	20	17	15	13	11	20	17	15	13	11
3.	Верхняя прямая подача	12	10	8	6	4	12	10	8	6	4

Требования к выполнению контрольных упражнений

По элективной дисциплине волейбол

1. Передача мяча сверху двумя руками над собой. Выполняется в кругу диаметром 3 м. Норматив: 15 передач над собой, высота передачи не менее 1,5 м.
2. Передача мяча снизу двумя руками в стену. Выполняется на расстоянии 3 м. от стены.
3. Верхняя прямая подача. Норматив из 15 подач необходимо результативное попадание в площадку.

Ошибки:

1. Передача мяча сверху двумя руками над собой.
 - большие пальцы направлены вперёд;
 - локти слишком широко разведены или наоборот;
 - кисти рук встречают мяч при почти выпрямленных в локтевых суставах руках.
2. Передача мяча снизу двумя руками в стену.
 - в момент приёма руки согнуты в локтевых суставах;
 - руки почти параллельны полу;
 - резкое встречное движение рук к мячу;
 - приём мяча на «кулаки».
3. Верхняя прямая подача.
 - в исходном положении вперёд ставится нога, одноимённая бьющей руке;
 - подброс мяча не оптимален по высоте;
 - удар по мячу неточный (сверху, сбоку);

- скорость бьющей руки незначительна;
- удар по мячу выполняется рукой, согнутой в локтевом суставе.

**КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1-3 курсов**

Элективная дисциплина **МИНИФУТБОЛ**

1 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Удар по воротам	6	5	4	3	2	5	4	3	2	1
2.	Жонглирование	21	19	17	15	13	13	11	10	9	8
3.	Удар на дальность - сумма ударов правой и левой ногой (м)	80	75	70	65	60	60	55	50	45	40

2 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Удар по воротам	7	6	5	4	3	6	5	4	3	2
2.	Жонглирование	23	21	19	17	15	14	12	11	10	9
3.	Удар на дальность - сумма ударов правой и левой ногой (м)	85	80	75	70	65	60	55	50	45	40

3 курс

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Удар по воротам (10 раз)	8	7	6	5	4	7	6	5	4	3
2.	Жонглирование (3 попытки)	25	23	21	19	17	15	13	12	11	10
3.	Удар на дальность - сумма ударов правой и левой ногой (м)	90	85	80	75	70	60	55	50	45	40

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине мини-футбол**

1. **Удар по воротам.** (для 1,2,3 курсов)

Удар по воротам выполняется футбольным мячом с расстояния 10м, любой ногой и любым удобным для студента способом. Попытка является результативной, если мяч после удар пересекает линию ворот, не коснувшись поверхности площадки (по воздуху).

Ошибки:

- не бить по катящемуся мячу;
- один удар - одна попытка;
- линия ворот не входит в створ ворот;
- мяч должен пересечь линию ворот полностью.

2. **Жонглирование.** (для 1,2,3 курсов)

Жонглирование ногами, коленями, головой, и плечами. **Держать мяч перед собой на уровне груди.** Подбросить руками вверх. Когда мяч начнет снижаться, подбросьте его ногой обратно в воздух, не дав ему опуститься на землю.

Ошибки:

- касание мяча земли
- касание мяча руки

3. **Удар на дальность.** (для 1,2,3 курсов)

На выполнение данного упражнения дается по одной попытке (с левой и правой ноги). Удар осуществляется ногой по неподвижному мячу. Суммируются оба удара. Результат фиксируется по ближайшему касанию мяча с землей.

Ошибки:

- касание потолка или стен мячом
- не выполнять удар по движущемуся мячу

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ

для студентов 1, 3 курсов

Элективная дисциплина **НАСТОЛЬНЫЙ ТЕННИС**

Контрольное упражнение	Нормативы и оценки				
	1 КУРС				
	5	4	3	2	1

1.	Подачи («откидкой», «подрезкой») справа и слева, количество подач.	15	10	8	6	4
2.	Сочетание «откидки» справа и слева, количество ударов	20	15	10	8	6
3.	Сочетание «наката» справа и слева, количество ударов	15	10	8	6	4
Контрольное упражнение		2 КУРС				
		5	4	3	2	1
1.	Подачи («откидкой», «подрезкой») справа и слева, количество подач.	18	13	10	8	6
2.	Сочетание «откидки» справа и слева, количество ударов	25	17	13	10	8
3.	Сочетание «наката» справа и слева, количество ударов	18	13	10	8	6
Контрольное упражнение		3 КУРС				
		5	4	3	2	1
1.	Подачи («откидкой», «подрезкой») справа и слева, количество подач.	20	15	13	10	8
2.	Сочетание «откидки» справа и слева, количество ударов	30	20	15	13	10
3.	Сочетание «наката» справа и слева, количество ударов	20	15	13	10	8

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине настольный теннис**

1. Подачи «откидкой» «подрезкой» справа и слева, количество подач

«Окидкой» слева выполняется плоским ударом по мячу без вращения.

«Окидкой» справа также выполняется плоским ударом по мячу без вращения.

«Подрезкой» слева – подача, при которой мячу придается сильное нижнее левое боковое вращение.

«Подрезкой» справа – подача, при которой мячу придается сильное нижнее правое боковое вращение.

Подача — это удар с двойным отскоком мяча. Мяч должен, отскочив от стороны подающего, перелететь через сетку на сторону принимающего. подача считается поданной, как только мяч оторвался от ладони подающего.

Ошибки при подаче:

- 1) Не выполняется из статического положения.
- 2) Не соблюдается правило подброса мяча.
- 3) При подаче мяч не должен коснуться сетки.

2. Игра «откидкой» справа и слева, количество ударов

«Откидка» справа, слева – удары без вращения мяча (плоские удары).

«Откидка» слева. Стойка: ноги не напряжены, согнуты в коленях, вес тела переносится вперед на впереди стоящую ногу. Замах делается согнутой рукой. Носик ракетки идет за мячом. Удар плоский, выполняется строго перед собой. Перенос веса тела производится в момент удара ракеткой по мячу.

«Откидка» справа. Удар плоский без вращения. При его нанесении рука согнута примерно на 45 градусов. Левая нога стоит впереди, и при ударе на нее переносится вес тела. При ударе ракетка аккуратно подводится к мячу и переносит мяч на другую сторону стола. Удар наносится перед собой.

Ошибки при игре «откидкой»:

- 1) Нельзя запускать мяч за себя при игре «откидкой» справа.
- 2) Удары выполняются строго перед собой.

3. Игра «накатом» справа и слева, количество ударов

«Накат» справа - атакующий удар. До удара необходимо занять развернутую позицию: левая нога впереди, плечи развернуты, правое плечо несколько ниже, чем левое. При замахе рука согнута в локте примерно на 45 градусов, носик ракетки смотрит в сторону. Удар наносится согнутой в локте рукой. В момент контакта ракетки с мячом происходит окончательное сгибание локтя, что позволяет придать мячу максимальную скорость. Обгоняя мяч по задней верхней части, носик ракетки направляет его на другую сторону стола. Вес тела переносится с правой ноги на стоящую впереди левую ногу. «Накат» справа наносится по восходящему мячу в высшей точке полета мяча.

«Накат» слева - атакующий удар с верхним вращением. Ракетка обгоняет мяч по верхней его части. Удар наносится по восходящему мячу или по высшей точке отскока. Ракетка опущена немного ниже локтя, замах производится снизу. Ракетка играет по задней верхней части мяча. При замахе носик ракетки смотрит в сторону. Во время удара кисть быстро поворачивает ракетку, а носик сопровождает движение мяча на другую сторону стола. Стойка одинаковая для всех ударов слева. Мяч играет строго перед собой. В момент удара по мячу игровое плечо опускается, а локоть разгибается. Скорость полета мяча зависит от того, насколько быстро сыграет предплечье и кисть. Необходимо строго занимать выгодную позицию перед ударом, подходить к мячу так, чтобы он находился прямо перед собой. В момент замаха колени сгибаются, а в момент удара разгибаются.

Ошибки при игре «накатом»:

- 3) Удар «накатом» справа наносится по восходящему мячу в высшей точке полета мяча.
- 4) При игре «накатом» слева удары выполняются строго перед собой.

**КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1 курсов
Элективная дисциплина «ОФП+МІХ АЭРОБИКА»**

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Комбинация на 32 счета с использованием степ-платформы	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок
2.	Прыжки на двух ногах через скакалку, кол-во раз за 1 мин.	130 и более	120-129	110-119	100-110	100-99	140 и более	130-139	120-129	110-119	100-109
3.	Упор лежа «Планка», (сек)	150 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	30 сек

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине ОФП+МІХ аэробика
для студентов 1 курса**

Методические рекомендации по выполнению контрольных упражнений:

1. Комбинация на 32 счета.

Упражнение проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием с использованием степ-платформы. Студент выполняет последовательно в заданном музыкальном ритме комбинацию из элементов ритмической гимнастики: шаги, повороты, подскоки, бег и т.д., сопровождающиеся работой рук, туловища, головы с правой и левой ноги на 32 счета. Оценивается техника выполнения элементов, амплитуда движений, музыкальность, чувство ритма.

Ошибки: сбой в темпе и ритме упражнений, непопадание в музыку, повтор выполнения элементов более чем на 8 счетов.

2. Прыжки на двух ногах через скакалку.

Прыжки через скакалку проводятся на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «На старт!» студент принимает положение основная стойка, скакалка за спиной на полу в двух руках. По команде

«Марш!» (с одновременным включением секундомера) начинает прыжки на двух ногах с прокручиванием скакалки на каждый прыжок. Фиксируется количество прыжков без сбоя за 1 минуту.

Скорость увеличиваем, стараясь добиться результата 180 оборотов в минуту, что равноценно трем прыжкам в секунду. Направление вращения скакалки не меняется.

Ошибки: напрыгивание перед отталкиванием, вращение прямыми руками, сбой.

3. Упор лежа «Планка»

Статическое упражнение «ПЛАНКА» проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) участник принимает положение «УПОР ЛЕЖА» на прямых руках, фиксируется время неподвижного удержания прямого положения тела без провисания живота и прогиба в спине, ноги прямые с опорой на носок, стопы на ширине таза.

Ошибки: кисть не под плечом, прогиб в пояснице, высокое положение таза.

Результаты выполнения контрольных упражнения суммируются и их сумма переводится в бонусные баллы учебного раздела БРС:

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ для студентов 2,3 курсов Элективная дисциплина «МІХ АЭРОБИКА»

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Комбинация на 64 счета с использованием степ-платформы	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок
2.	Прыжки на двух ногах через скакалку, кол-во раз за 20 сек.	50 и более	40-49	30-39	20-29	10-19	60 и более	50-59	40-49	30-39	20-29
3.	Упор лежа «Планка», (сек)	150 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	30 сек

Требования к выполнению контрольных упражнений

По элективной дисциплине «МІХ аэробика»
для студентов 2,3 курсов

Методические рекомендации по выполнению контрольных упражнений:

1. Комбинация на 64 счета.

Упражнение проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием с использованием степ-платформы. Студент выполняет последовательно в заданном музыкальном ритме комбинацию из элементов ритмической гимнастики: шаги, повороты, подскоки, бег и т.д., сопровождающиеся работой рук, туловища, головы с правой и левой ноги на 32 счета. Оценивается техника выполнения элементов, амплитуда движений, музыкальность, чувство ритма.

Ошибки: сбой в темпе и ритме упражнений, непопадание в музыку, повтор выполнения элементов более чем на 8 счетов.

2. Прыжки на двух ногах через скакалку.

Прыжки через скакалку проводятся на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «На старт!» студент принимает положение основная стойка, скакалка за спиной на полу в двух руках. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) начинает прыжки на двух ногах с прокручиванием скакалки на каждый прыжок. Фиксируется количество прыжков без сбоев за 20 секунд.

Скорость увеличиваем, стараясь добиться результата 180 оборотов в минуту, что равноценно трем прыжкам в секунду. Направление вращения скакалки не меняется.

Ошибки: напрыгивание перед отталкиванием, вращение прямыми руками, сбой.

3. Упор лежа «Планка»

Статическое упражнение «ПЛАНКА» проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) участник принимает положение «УПОР ЛЕЖА» на прямых руках, фиксируется время неподвижного удержания прямого положения тела без провисания живота и прогиба в спине, ноги прямые с опорой на носок, стопы на ширине таза.

Ошибки: кисть не под плечом, прогиб в пояснице, высокое положение таза.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ

для студентов 1 курсов

Элективная дисциплина ОФП+РИТМИЧЕСКАЯ ГИМНАСТИКА

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Комбинация на 32 счета без степ-платформы	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок
2.	Прыжки на двух ногах	130 и более	120-129	110-119	100-110	100-99	140 и более	130-139	120-129	110-119	100-109

	через скакалку, кол-во раз за 1 мин.										
3.	Упор лежа «Планка», (сек)	150 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	30 сек

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине офп+ритмическая гимнастика
для студентов 1 курсов**

Методические рекомендации по выполнению контрольных упражнений:

1. Комбинация на 32 счета.

Упражнение проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием. Студент выполняет последовательно в заданном музыкальном ритме комбинацию из элементов ритмической гимнастики: шаги, повороты, подскоки, бег и т.д., сопровождающиеся работой рук, туловища, головы с правой и левой ноги на 32 счета. Оценивается техника выполнения элементов, амплитуда движений, музыкальность, чувство ритма.

Ошибки: сбой в темпе и ритме упражнений, непопадание в музыку, повтор выполнения элементов более чем на 8 счетов.

2. Прыжки на двух ногах через скакалку.

Прыжки через скакалку проводятся на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «На старт!» студент принимает положение основная стойка, скакалка за спиной на полу в двух руках. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) начинает прыжки на двух ногах с прокручиванием скакалки на каждый прыжок. Фиксируется количество прыжков без сбоев за 1 минуту.

Скорость увеличиваем, стараясь добиться результата 180 оборотов в минуту, что равноценно трем прыжкам в секунду. Направление вращения скакалки не меняется.

Ошибки: напрыгивание перед отталкиванием, вращение прямыми руками, сбой.

3. Упор лежа «Планка»

Статическое упражнение «ПЛАНКА» проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) участник принимает положение «УПОР ЛЕЖА» на прямых руках, фиксируется время неподвижного удержания прямого положения тела без провисания живота и прогиба в спине, ноги прямые с опорой на носок, стопы на ширине таза.

Ошибки: кисть не под плечом, прогиб в пояснице, высокое положение таза.

**КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 2,3 курсов
Элективная дисциплина РИТМИЧЕСКАЯ ГИМНАСТИКА**

Контрольное упражнение		Нормативы и оценки									
		Мужчины					женщины				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Комбинация на 64 счета без степ-платформы	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок	выполнение без ошибок	1-2 ошибки	3-4 ошибки	5-6 ошибок	более 6 ошибок
2.	Прыжки на двух ногах через скакалку, кол-во раз за 20 сек.	50 и более	40-49	30-39	20-29	10-19	60 и более	50-59	40-49	30-39	20-29
3.	Упор лежа «Планка», (сек)	150 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	120 сек	90 сек	60 сек	45 сек	30 сек

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине ритмическая гимнастика
для студентов 2,3 курсов**

Методические рекомендации по выполнению контрольных упражнений:

1. Комбинация на 64 счета.

Упражнение проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием. Студент выполняет последовательно в заданном музыкальном ритме комбинацию из элементов ритмической гимнастики: шаги, повороты, подскоки, бег и т.д., сопровождающиеся работой рук, туловища, головы с правой и левой ноги на 32 счета. Оценивается техника выполнения элементов, амплитуда движений, музыкальность, чувство ритма.

Ошибки: сбой в темпе и ритме упражнений, непопадание в музыку, повтор выполнения элементов более чем на 8 счетов.

2. Прыжки на двух ногах через скакалку.

Прыжки через скакалку проводятся на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «На старт!» студент принимает положение основная стойка, скакалка за спиной на полу в двух руках. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) начинает прыжки на двух ногах с прокручиванием скакалки на каждый прыжок. Фиксируется количество прыжков без сбоя за 20 секунд.

Скорость увеличиваем, стараясь добиться результата 180 оборотов в минуту, что равноценно трем прыжкам в секунду. Направление вращения скакалки не меняется.

Ошибки: напрыгивание перед отталкиванием, вращение прямыми руками, сбой.

3. Упор лежа «Планка»

Статическое упражнение «ПЛАНКА» проводится на любой ровной площадке с твердым покрытием, обеспечивающим хорошее сцепление с обувью. По команде «Марш!» (с одновременным включением секундомера) участник принимает положение «УПОР ЛЕЖА» на прямых руках, фиксируется время неподвижного удержания прямого положения тела без провисания живота и прогиба в спине, ноги прямые с опорой на носок, стопы на ширине таза.

Ошибки: кисть не под плечом, прогиб в пояснице, высокое положение таза.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ для студентов 1курсов

Элективная дисциплина «Плавание. Начальное обучение»

Нормативы Для студентов основной и подготовительной групп здоровья	Курс	Оценки в баллах									
		Юноши					Девушки				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
плавание 50 м кроль на спине (с)	1	0.55	1.05	1.15	1.25	1.40	1.15	1.20	1.30	1.40	1.50
плавание 50 м в/ст. (с)		0.50	1.00	1.10	1.20	1.35	1.00	1.15	1.25	1.35	1.50
12 минутное плавание (м)		450	400	350	300	250	400	350	300	250	200
Нормативы Для студентов специальной медицинской группы здоровья	Курс	Оценки в баллах									
		Юноши					Девушки				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
плавание 50 м кроль на спине (с)	1	1.00	1.10	1.20	1.30	1.50	1.20	1.25	1.35	1.45	2.00
плавание 50 м в/ст. (с)		0.55	1.05	1.15	1.25	1.40	1.10	1.20	1.30	1.40	2.00
12 минутное плавание		400	350	300	250	200	350	300	250	200	150

(м)											
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Требования к выполнению контрольных упражнений «Плавание. Начальное обучение»

Контрольные нормативы по плаванию (50м, 12 мин) проводятся в бассейне БФУ им.И.Канта. Бассейн 25 метров.

Старт осуществляется с тумбочки (вольный стиль) или из воды (вольный стиль и кроль на спине). Способ плавания – кроль на спине и вольный стиль (произвольный). Завершив дистанцию, коснитесь бортика. Запрещено останавливаться, ставить ноги на дно, поправлять очки, держаться за дорожку. При плавании на 50 метров выполните поворот любым удобным способом, но обязательно коснитесь бортика бассейна руками или ногами. Перед сдачей контрольных нормативов следует провести небольшую разминку. При любых неприятных ощущениях (чрезмерная одышка, боли в области сердца и др.) контрольное упражнение следует прекратить.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ для студентов 2,3 курсов

Элективная дисциплина «Спортивное Плавание».

Нормативы Для студентов основной и подготовительной групп здоровья	Курс	Оценки в баллах									
		Юноши					Девушки				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
плавание 50 м кроль на спине (с)	2-3	0.50	0.55	1.00	1.05	1.10	1.05	1.10	1.15	1.20	1.25
плавание 50 м в/ст. (с)		0.44	0.50	0.55	1.00	1.05	1.00	1.05	1.10	1.15	1.20
12 минутное плавание (м)		600	550	500	450	400	550	500	450	400	350
Нормативы Для студентов специальной медицинской группы здоровья	Курс	Оценки в баллах									
		Юноши					Девушки				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
плавание 50 м кроль на		0.55	1.00	1.08	1.28	1.35	1.15	1.20	1.25	1.30	1.35

спине (с)	2-3										
плавание 50 м в/ст. (с)		50.0	57.0	1.05	1.24	1.30	1.10	1.15	1.20	1.25	1.30
12 минутное плавание (м)		500	450	400	350	250	450	400	350	300	200

Требования к выполнению контрольных упражнений «Спортивное Плавание».

Контрольные нормативы по плаванию (50м, 12 мин) принимаются в бассейне (25м) БФУ им.И.Канта по заранее утвержденному графику. К сдаче нормативов допускаются студенты, прошедшие курс начального обучения плаванию. Перед сдачей контрольных нормативов выполняется самостоятельная разминка. На дистанции 50м вольный стиль применяется способ плавания кроль на груди. Останавливаться, ставить ноги на дно, висеть на дорожке запрещено. Старт, по желанию студента, осуществляется с тумбочки или из воды. Во время 12 минутного плавания стили можно менять, можно останавливаться и поправлять очки. Во время поворота, на любой дистанции, нельзя хвататься руками за бортик и ставить ноги на дно. Завершая дистанцию, необходимо коснуться бортика рукой для фиксации результата.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ для студентов 2,3 курсов ZUMBA ® FITNESS

ZUMBA ® FITNESS	Упражнение	Оценка в баллах				
		5	4	3	2	1
	Фитнес танец (для 1ого курса основные шаги)	Выполнена связка полностью, движения четкие, музыкальные (все виды шагов в комбинации с руками).	Связка выполнена полностью, есть нечеткости в выполнении или музыкальности (все виды шагов).	Выполнены две части связки (два вида шагов).	Выполнена одна из частей связки (один вид шагов).	Связка (шаги) не выполнена

Фиксация в приседе у стены, угол в коленных суставах 90°(сек).	30 и более	25-30	20-25	15-20	До 15
Бег на месте с высоким подниманием бедра (мин).	2.30	2.20	2.00	1.30	Меньше 1

ФИТНЕС ТАНЕЦ

Студентам предлагается выбор одного фитнес танца из изученного за модуль фитнес блока. По результату выполнения студент получает соответствующий балл по шкале оценки. **Запрещено:** 1. Повторное выполнение танца или перевыбор.

Ошибки:

1. Отсутствие типичных для каждого ритма движений рук и ног.
2. Не соблюдение музыкального сопровождения.
3. Нарушения в технике выполнения и комбинации элементов.
4. Невозможность удержания правильной осанки и линий частей туловища.

КОНТРОЛЬНОЕ УПРАЖНЕНИЕ - ФИКСАЦИЯ В ПРИСЕДЕ У СТЕНЫ

Испытуемый становится спиной к стене, выполняет присед до угла в коленных суставах 90° с выносом рук вперед. Фиксируется время (секунды) удержания статического положения. **Запрещено:** 1. Ставить руки в упор на бедра. 2. Уменьшать или увеличивать угол в коленных суставах.

Ошибки: 1. Отклоняться от вертикали стены и опускать голову. 2. Менять положение.

БЕГ НА МЕСТЕ С ВЫСОКИМ ПОДНИМАНИЕМ БЕДРА

Исходное положение – основная стойка, предплечья параллельны полу, ладони вниз, плечи прижаты к туловищу. По команде преподавателя испытуемый начинает выполнять бег с высоким подниманием бедра, касаясь ладоней. Фиксируется время выполнения упражнения.

Запрещено: 1. Переходить на шаг. **Ошибки:** 1. Не касаться ногами рук. 2. Изменение темпа бега.

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ

для студентов 1-3 курсов

Элективная дисциплина специальная медицинская групп

Контрольное упражнение	Нормативы и оценки									
	Мужчины					женщины				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. Сгибание и разгибание рук в	40	30	20	10	5	30	20	10	5	2

	упоре лежа на коленях (девушки), в упоре лёжа (юноши)										
2.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (девушки и юноши)	60	50	40	30	20	50	40	30	20	10
3.	Наклон вперёд стоя на гимнастической скамейке (девушки и юноши)	9	7	5	3	1	15	10	8	6	2

**Требования к выполнению контрольных упражнений
По элективной дисциплине специальная медицинская группа
Основные требования**

1. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на коленях (девушки), в упоре лёжа (юноши)

Исходное положение: примите упор лежа на плоскости, поставьте руки на ширине плеч, кисти смотрят вперед, локти разведены, но не больше, чем на 45 гр., плечи, корпус и бедро выстроены в прямую линию, стопы упираются прямо в плоскость.

Ошибки:

1. прикосновение к полу бедрами или тазом
2. «перелом» прямой линии от плеч до туловища;
3. не было фиксации с исходной позиции
4. руки разгибались поочередно;
5. было касание грудью поверхности;
6. локти развелись в стороны больше, чем на 45 гр.

2. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (девушки и юноши)

Поднимание туловища из положения лежа выполняется из ИП: лежа на спине на гимнастическом мате, руки за головой, пальцы сцеплены в «замок», лопатки касаются мата, ноги согнуты в коленях под прямым углом, ступни прижаты партнером к полу. Участник выполняет максимальное количество подниманий за 1 мин., касаясь локтями бедер (коленей), с последующим возвратом в ИП.

Засчитывается количество правильно выполненных подниманий туловища. Для выполнения тестирования создаются пары, один из партнеров выполняет упражнение, другой удерживает его ноги за ступни и голени. Затем участники меняются местами.

Ошибки:

1. отсутствие касания локтями бедер (коленей);

2. отсутствие касания лопатками мата;
3. пальцы разомкнуты “из замка”;
4. смещение таза.

3. Наклон вперед стоя на гимнастической скамейке (девушки и юноши)

Наклон вперед из положения стоя с прямыми ногами выполняется из ИП: стоя на полу или гимнастической скамье, ноги выпрямлены в коленях, ступни ног расположены параллельно на ширине 10 - 15 см.

При выполнении испытания (теста) на полу участник по команде выполняет два предварительных наклона. При третьем наклоне касается пола пальцами или ладонями двух рук и фиксирует результат в течение 2 с.

При выполнении испытания (теста) на гимнастической скамье по команде участник выполняет два предварительных наклона, скользя пальцами рук по линейке измерения. При третьем наклоне участник максимально сгибается и фиксирует результат в течение 2 с. Величина гибкости измеряется в сантиметрах. Результат выше уровня гимнастической скамьи определяется знаком «-» , ниже - знаком «+».

Ошибки:

1. сгибание ног в коленях;
2. фиксация результата пальцами одной руки;
3. отсутствие фиксации результата в течение 2 с.

Результаты выполнения контрольных упражнения суммируются и их сумма переводится в бонусные баллы учебного раздела БРС:

Сумма оценки трех контрольных упражнений	Бонусные баллы
15-13	3
12 – 10	2
8 - 9	1

Практический раздел реализуется в виде учебно-тренировочных. Критерием успешности освоения учебного материала является выполнение контрольных упражнений и тестов физической подготовленности для основной и подготовительной групп (Приложение 1), для специальной медицинской группы (Приложение 2).

Студенты временно освобожденные по состоянию здоровья выполняют индивидуальные проектные задания по темам представленные в разделе 2.2.

Критерии оценивания

«зачтено» Задание выполнено и оформлено полностью в соответствии с требованиями, отражены все компоненты.

«не зачтено» Задание выполнено и оформлено с ошибками, не раскрыто содержание выделенных в заданиях компонентов.

Итоговый контроль по дисциплине

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине «Элективные курсы физической культуры и спорта» является зачет. Условием получения зачета является выполнение практического раздела, сдачи контрольных упражнений, тестов физической подготовленности, в которых учитывается наличие медицинского осмотра, регулярность посещения занятий по расписанию, достаточный уровень физической подготовленности и функционального состояния, участие в соревнованиях, научно-исследовательская деятельность. Промежуточная аттестация осуществляется на основе Положения бально-рейтинговой оценки учебных достижений обучающихся в БФУ им.И.Канта.

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по модулю «Элективные курсы по физической культуре и спорту» проводится в форме текущей, промежуточной аттестации. Осуществляется на основе:

- Требований к проведению занятий по физической культуре на учебный год;
- Положения о бально-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов

по модулям курсы «Физическая культура и спорт» Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Текущая проверка успеваемости проводится выборочно на протяжении семестра. К ней относится проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- результатов освоения основных двигательных умений и навыков в соответствии с функциональной группой здоровья.
- результатов выполнения заданий (индивидуальных проектов).

Промежуточная аттестация – проводится в конце семестра с целью определения уровня овладения компетенциями, обучающимися (усвоения знаний; формирования умений и навыков); своевременного выявления преподавателем недостатков в практической и методической подготовке и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи.

К контролю промежуточной успеваемости относятся:

- результаты посещаемости практических занятий.
- результаты тестирования физической подготовленности.

Особенностью преподавания данной курсы является систематичность занятий физическими упражнениями, т.к. это объясняется физиологическими процессами организма студента, которые обеспечивают развитие оптимального уровня развития

физической и функциональной подготовленности. Поэтому необходимо систематически, два раза в неделю посещать учебные занятия, согласно выбранного вида двигательной активности, в течение модуля.

Формами организации учебных занятий по дисциплине являются: практические занятия, самостоятельная работа.

У студентов формируются знания, навыки и умения применения оздоровительной физической культуры, видов спорта в практической, физкультурно-оздоровительной и профессионально-прикладной деятельности.

На практических занятиях студенты осваивают техники основных базовых видов спорта и видов двигательной активности, формируются навыки для самостоятельного использования в повседневной жизни различных физических упражнений для сохранения здоровья и обеспечения высокой профессиональной работоспособности и профилактики профессиональных заболеваний будущего специалиста.

Самостоятельная работа студентов включает в себя: составление комплексов упражнений производственной и утренней гигиенической гимнастики, вопросы профессионально-прикладной физической культуры с учетом будущей профессии.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативных документов.

Основная литература

1. Физическая культура: учеб. и практикум для приклад. бакалаврита/ А. Б. Муллер [и др.]; [М-во образования и науки РФ], Сиб. Федер. ун-т. - Москва: Юрайт, 2016. - 1 on-line, 424 с.: ил., табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 421-424. - Лицензия до 30.12.2019. - ISBN 978-5-9916-6090-7: Б.ц. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1) Свободны: ЭБС Юрайт(1)
2. Коваль, В. И. Гигиена физического воспитания и спорта: учеб. для вузов/ В. И. Коваль, Т. А. Родионова. - 2-е изд., стер.. - Москва: Академия, 2013. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 314, [2] с.. - Библиогр. в конце гл.. - Лицензия до 31.12.2020 г.. - ISBN 978-5-7695-9766-4: 2733.78, р. Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1) Свободны: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Дополнительная литература

1. Кобяков, Ю. П. Физическая культура. Основы здорового образа жизни: учеб. пособие для вузов/ Ю. П. Кобяков. - 2-е изд.. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 252, [1] с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Вариант загл.: Основы здорового образа жизни. - Библиогр.: с. 237-251 (180 назв.). - Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту (третьего поколения). - ISBN 978-5-222-21445-9: 235.29, 235.29, р. Имеются экземпляры в отделах: МБ(ЧЗ)(1) Свободны: МБ(ЧЗ)(1)
2. Евсеев, Ю. И. Физическое воспитание: учеб. пособие/ Ю. И. Евсеев. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. - 380 с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 365-380 (140 назв.). - ISBN 978-5-222-17499-9: 266.00, 266.00, р. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N2(1) Свободны: ч.з.N2(1).
3. Физическая культура: учеб. для вузов/ А. Б. Муллер [и др.]. - М.: Юрайт, 2013. - 424 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 421-424 (63 назв.). - ISBN 978-5-9916-2037-6: 415.69, 415.69, р.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения курсы

1. <http://lms-2.kantiana.ru> - система дистанционного обучения БФУ им.И.Канта
2. <http://lms-3.kantiana.ru> - система дистанционного обучения БФУ им.И.Канта
3. <http://lib.kantiana.ru> - Библиотека БФУ им.И.Канта
4. <https://www.kantiana.ru/>
5. <http://www.minsport.gov.ru/>
6. <http://www.infosport.ru/>
7. <http://www.studentsport.ru/>
8. <http://studsport.com/>
9. http://пфспорт.пф/best_sport

7. Методические указания для обучающихся по освоению курсы (модуля)

Приступая к изучению учебной курсы, обучающиеся знакомятся с учебной программой курсы (<https://lms-2.kantiana.ru>; <https://lms-2.kantiana.ru>), которая позволяет иметь представления:

- о перечне и содержании компетенций, на формирование которых направлена дисциплина;
- об основных целях и задачах курсы;
- о планируемых результатах, представленных в виде знаний, умений и навыков, которые должны быть сформированы в процессе изучения курсы;
- о количестве часов, предусмотренных учебным планом на изучение курсы, форму промежуточной аттестации;
- о количестве часов, отведенных на аудиторные занятия и на самостоятельную работу;
- о формах аудиторных занятий и самостоятельной работы;
- о структуре курсы, основных разделах и темах;
- о системе оценивания ваших учебных достижений;
- об учебно-методическом и информационном обеспечении курсы.

Основными формами аудиторных занятий по дисциплине являются практические занятия, посещение которых обязательно для всех студентов и самостоятельная работа.

Аудиторные занятия включают практические и контрольные занятия. Самостоятельная работа обучающегося предполагает самостоятельные занятия по заданию и под контролем преподавателя.

Практический раздел программы реализуется на учебно-тренировочных занятиях в учебных группах. Практические занятия заключаются в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение вида двигательной активности. Обучение студентов на практических занятиях заканчивается выполнением контрольных упражнений и тестированием.

Практические занятия способствуют развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: самостоятельное изучение учебной литературы и выполнение задания по составлению комплексов упражнений различной направленности (оздоровительной, профессионально-прикладной). Данная работа включает: самостоятельное изучение информационных источников и их применение в практической деятельности (занятиях, соревнованиях); подготовку к практическим занятиям; подготовку к зачёту.

8. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Физическая культура и спорт» используются информационные технологии такие как:

Программы Microsoft Office 2007 или 2010:

- MS Office Power Point,
- MS Office Word,
- MS Office Excel,
- MS Internet Explorer (или любой другой Интернет-браузер),

Программа для чтения документов в формате pdf Adobe Reader.

9. Материально-техническое обеспечение курсы.

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту» необходимо соответствующий аудиторный фонд и материально-спортивная база, которая продуктивно развивается в БФУ им. И. Канта. Учебные аудитории оснащены мультимедийным оборудованием, которые используются для лекционных и методико-практических занятий. К материально-техническому обеспечению относим также используемые мультимедийные средства обучения: электронные презентации к лекциям, иллюстрированные упражнения тестового типа, комплект дополнительных структурно-логических схем.

Характеристика материально-технического обеспечения практических занятий «Элективные курсы по физической культуре»:

Материально- спортивная база	Обеспечение учебного процесса по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту» спортивным инвентарем
<p>Учебно-физкультурный корпус с бассейном, Корпус №22 236000 Калининградская область. г. Калининград ул. А. Невского, 14 Бассейн, Фитнес-зал, Тренажерный зал.</p>	<p>Бассейн: плавательные доски, плавательные ласты, нудлы, плавательные лопатки, Электронное табло, настенный секундомер, колобашки. Раздевалки. Фитнес – зал: Степы, Гимнастические палки, Гимнастические мячи, металлические обручи, коврики гимнастические, гантели 9 кг, 1,5 кг, 3 кг, 2 кг, утяжелители для рук- ног 1,5, утяжелители для рук- ног 3 кг., скакалки, мини степы, гимнастические маты. Музыкальный центр.</p>
<p>Физкультурно-оздоровительный комплекс, корпус №9 Калининградская область. г. Калининград ул. А. Невского, 14</p>	<p>Гимнастические маты, баскетбольные щиты, волейбольные стойки, волейбольная сетка с креплениями, гимнастические палки, баскетбольные мячи, волейбольные мячи, ракетки для бадминтона, воланы. медицинболы, скакалки, раздевалки для мужчин и женщин, гимнастические скамейки,</p>
<p>Корпус №4 спортивный зал № 2236000 Калининградская</p>	<p>Гимнастические скамейки, гимнастические маты, шведская стенка, фишки, гимнастические палки</p>

<p>обл., г. Калининград ул. Чернышевского, 56А</p>	<p>деревянные, гимнастические палки пластиковые, скакалки, ракетки для бадминтона, воланы, теннисные мячи, волейбольные мячи, баскетбольные мячи, музыкальный центр, коврики гимнастические, флорбольные клюшки, медицинболы. Баскетбольные щиты, волейбольные стойки и сетка.</p>
<p>Спортивный зал №1 236000 Калининградская обл., г. Калининград ул. Чернышевского, 56А</p>	<p>Борцовский ковер, гимнастические маты, гимнастические брусья, бревно гимнастическое напольное, гимнастическое бревно постоянной высоты, мостик гимнастический пружинный, перекладина гимнастическая, брусья гимнастические разновысокие, конь гимнастический маховый, козел гимнастический, гимнастические скамейки, шведские стенки, зеркала, скакалки, теннисные мячи, гимнастические палки, обручи, медицинболы.</p>
<p>Корпус №15 236000 Калининградская обл., г. Калининград Адрес: ул. Соммера, 23.</p>	<p>Зал аэробики: степы, металлические обручи, гимнастические палки, гантели 1 кг, гимнастические мячи, музыкальный центр, гимнастические скамейки, коврики гимнастические.</p>
<p>Корпус № 15 Тренажерный зал 236000 Калининградская обл., г. Калининград Адрес: ул. Соммера, 23.</p>	<p>Кардиотренажеры, блочные тренажеры, рычажные , тренажер с собственным весом, Велотренажеры, железные блины 5, 10,15,20,25кг.; гантели от 1 кг – 3 кг.; резиновые блины 10, 15, 20,50 кг., гири.</p>
<p>Стадион «Кантиана» 236000 Калининградская обл., г. Калининград Адрес: ул. Озерова,57.</p>	<p>Беговые дорожки, сектор для прыжков, сектор для метаний, футбольное поле, футбольные мячи,</p>

Тесты по физической подготовленности для студентов 1-3 курсов основной и подготовительной групп.

Виды упражнений***	Нормативы и оценка в баллах									
	Мужчины					Женщины				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. Бег 3000 м, мин/сек (муж) Бег 2000 м, мин/сек (жен)	12,30	13,30	14,00	15,00	16,50	10,30	11,15	11,50	12,30	14,00
2. Бег 100 м, сек	13,5	14,0	14,5	15,1	15,8	16,5	17,0	17,5	18,2	19,0
3. Подтягивание из виса на высокой перекладине (муж.) Кол-во раз.) Сгибание разгибание рук в упоре лежа на полу (кол-во раз)	13 45	10 40	9 35	6 30	4 25					
3. Подтягивание из виса на низкой перекладине (жен.) Кол-во раз или Поднимание туловища из положения лежа на спине за 1 мин (жен.) Кол-во раз.						14 47	12 40	10 35	5 30	3 25
4. Наклон туловища из положения стоя на гимнастической скамейке (муж., жен.),см	13	7	6	5	3	16	11	8	6	4

*** Три теста на выбор.

ТЕСТЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
для студентов 1-3 курсов специальной медицинской группы

Контрольное упражнение***		Нормативы и оценки									
		Юноши					Девушки				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на коленях (девушки), в упоре лёжа (юноши)	35	25	20	10	5	25	20	15	10	5
2.	Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены за 1 мин. (девушки и юноши)	50	40	30	25	20	40	35	30	25	15
3.	Наклон вперёд стоя на гимнастической скамейке (девушки и юноши)	9	7	5	3	1	15	10	8	6	2
4.	Ходьба 2 км, мин., с (девушки, юноши)	14.00	14.30	15.30	16.00	16.30	16.30	17.30	18.40	20.00	20.30
5.	Прыжки в длину с места, см (девушки, юноши.)	210	205	200	190	180	170	165	160	155	150
6.	Подтягивание (юноши) количество раз	8	6	5	3	1	-	-	-	-	-

*** Обязательный тест: ходьба 2 км и 2 теста на выбор

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурькова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Международный маркетинг»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

<u>«Международный маркетинг»</u>	3
<u>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»</u>	3
<u>2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата</u>	3
<u>3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся</u>	4
<u>4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий</u>	4
4.1. <u>Содержание основных разделов и тем курса</u>	5
4.2. <u>Тематика практических занятий</u>	8
4.3. <u>Тематика самостоятельных работ</u>	10
<u>5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине</u>	11
<u>6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	12
6.1. <u>Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины</u>	12
6.2. <u>Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования</u>	13
6.3. <u>Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины</u>	16
6.3.1 <u>Тестовые задания</u>	16
6.3.2 <u>Задачи</u>	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.3 <u>Темы рефератов и презентаций</u>	19
6.3.4 <u>Решение кейсов</u>	23
6.3.5 <u>Промежуточный контроль по дисциплине</u>	26
<u>7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</u>	29
7.1. <u>Основная учебная литература</u>	29
7.2. <u>Дополнительная учебная литература</u>	29
7.3. <u>Нормативные документы</u>	29
<u>8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины</u>	29
<u>9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины</u>	29
<u>10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)</u>	30
<u>11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине</u>	30

Наименование дисциплины (модуля)

«Международный маркетинг»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Международный маркетинг» является формирование знаний о специфике маркетинговой деятельности предприятия на международных рынках. В данном курсе рассматриваются основные вопросы организации маркетинговой деятельности за рубежом: среда международного маркетинга, выбор международного рынка, способы проникновения на зарубежные рынки, особенности комплекса маркетинга, правовые основы международного маркетинга

В результате освоения ООП подготовки бакалавра обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: теоретические основы, принципы и подходы в международном маркетинге. Знать маркетинговые методы выхода на международные рынки	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь: определять необходимые инструменты маркетингового анализа, применять их для оценки рыночной ситуации на международном рынке		
Владеть: техниками международного маркетинга, инструментами оценки внешней среды и зарубежных рынков для формирования и реализации маркетинговых стратегий		

2. Место дисциплины в структуре ООП подготовки бакалавриата : дисциплина «_Международный маркетинг_» представляет собой дисциплину по выбору базовой части профессионального цикла Б1.В.ДВ.02.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК 10	Статистика, Маркетинг	Международный маркетинг	Управленческий учет в маркетинге Маркетинг в социальных медиа Оценка деятельности персонала Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	6
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	
Самостоятельная работа	33,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

	Всего	В том числе

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	(часы)	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Концепция международного маркетинга		4		4	4	0,5		
Тема 2. Ключевые характеристики глобального рынка		4		4	4	0,5		
Тема 3. Протекционистская политика государств. Стабильность зарубежного рынка.		4		4	4	0,5		
Тема 4. Особенности комплекса международного маркетинга		4		4	4	0,5		
Тема 5. Особенности управления маркетингом в глобальных компаниях		4		4	4	0,5		
Тема 6. Специфика продвижения товара на зарубежный рынок		4		4	4	0,5		
Тема 7. Маркетинговые коммуникации Комплекс маркетинга: PR, стимулировании сбыта, личные продажи, реклама в международной маркетинговой деятельностью компании.		4		4	8	0,5		
Тема 8. Совместное предпринимательство в международном маркетинге		4		4	3,75	0,5		
Итого	108	32		32	33,75	6	0,25	0,75
Контактная работа							0,25	
Самостоятельная работа								0,75
Промежуточная аттестация		дифференцированный зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Концепция международного маркетинга	Причины и цели выбора стратегии международного маркетинга. Основные формы выхода на внешний рынок — экспорт, прямое инвестирование, создание совместного предприятия, франчайзинг, лицензирование, создание филиалов материнской компании за рубежом. Концепции глобального и мультинационального маркетинга
2.	Тема 2. Ключевые характеристики глобального рынка	Анализ зарубежного рынка и внешней среды маркетинга. Характеристики рынка: емкость (динамика и прогноз); наличие спроса на данный или аналогичный товар; его характер и прогноз; доступность рынка, его восприимчивость; конкуренция. Доступность рынка. Препятствия рынка: таможенные барьеры, юридические преграды, протекционистские и дискриминационные меры (нетарифные барьеры).
3.	Тема 3. Протекционистская политика государств. Стабильность зарубежного рынка.	Политическая среда зарубежного рынка. Правовая среда страны. Нестабильной политической ситуация и угрозы среды: конфискации собственности; блокированию валютных резервов; введению импортных квот; ужесточению налогообложения и др. Предоставление режима наибольшего благоприятствования. Защита национальных производителей (ужесточение таможенного режима, импортные квоты, нетарифные барьеры и пр.). Политические силы и общественное мнение - концепция мега маркетинга.
4.	Тема 4. Особенности комплекса международного маркетинга	Исследование международной маркетинговой среды. Стратегия стандартизации и адаптации. Товарная политика. Критерии товарной политики: технические и функциональные характеристики товара; особенности восприятия товара на целевом рынке; затраты на адаптацию и ожидаемый полезный эффект; емкость рынка и уровень платежеспособного спроса, покупательная способность; уровень развития технологии производителя, др. Вынужденная и необходимая адаптация. Товарные инновации. Упаковка товара. Особенности международной торговомарочной практики. Ценовая политика. Особенности ценообразования на мировом рынке. Факторы, влияющие на уровень мировых цен. Причины изменчивости цен. Выбор целей ценовой политики в международном маркетинге. Международное торговое право. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.
5	Тема 5. Особенности управления маркетингом в глобальных компаниях	Глобализация экономики и стратегии международного развития. Понятие среды международного маркетинга и ее факторов. Экономическая среда: структура хозяйства, общие сведения о налогах, характер распределения доходов и т.п. Политико – правовая среда: отношения к закупкам из-за рубежа, политическая стабильность, валютные ограничения, государственная система помощи иностранным компаниям. Особенности проведения маркетинговых исследований при выходе на зарубежные рынки. Цели, объекты и методы исследования в международном маркетинге.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>Этапы организации международного маркетинга в компании. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия. Макропирамидальная, зонтичная и интерконгломератная структура международного маркетинга.</p> <p>Задачи и функции отдела внешнеэкономических связей и маркетинга. Решения о структуре службы маркетинга: экспортный отдел, международные филиалы и дочерние компании, транснациональные компании</p>
6	Тема 6. Специфика продвижения товара на зарубежный рынок	<p>Особенности политики дистрибуций в международном маркетинге. Основные решения при формировании каналов сбыта в международном маркетинге. Основные формы международной сбытовой деятельности. Общая структура каналов распределения международном маркетинге. Прямой экспорт. Косвенный экспорт. Виды посреднических операций в зарубежной торговой практике. Критерии выбора формы сбыта на зарубежных рынках. Этнические сбытовые сети. Виды торгово - посреднических фирм. Условия работы посредников на мировых рынках. Регламентация посреднической деятельности в зарубежных странах. Три типа сбытовых структур в международном маркетинге. Особенности торговых компаний Европы, США, Китая, Южной Кореи. Международная интегрированная логистика: цели, принципы, основные составляющие. Особенности международной транспортной логистики. Сущность и виды международных транспортных операций. Организация международных перевозок. Особенности и виды международной транспортной упаковки. Конвенции соглашения о международных транспортных перевозках.</p>
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации Комплекс маркетинга: PR, стимулировании сбыта, личные продажи, реклама в международной маркетинговой деятельностью компании.	<p>Особенности политики коммуникаций в международном маркетинге. Правила стандартизации международных коммуникационных средств. Особенности рекламы в международном маркетинге. Особенности глобальной рекламы. Кросскультурный анализ и мультинациональная реклама. Методы pull и push международной рекламной деятельности. Типы и структуры международных маркетинговых агентств. Особенности регулирования рекламных действий и торговых марок в отдельных странах. Использование “паблик рилейшнз” в международном маркетинге. Матрица основных типов корпоративной культуры различных стран. Международные выставки и ярмарки как средство стимулирования международного сбыта. Виды торгово- промышленных выставок и ярмарок. Формирование спроса и стимулирование сбыта международном маркетинге. Сервисная политика и техническое обслуживание на мировом рынке</p>
8	Тема 8. Совместное предпринимательство в международном маркетинге	<p>Формы международного экономического сотрудничества. Филиалы и дочерние фирмы. Концессии. Международные консорциумы. Сотрудничество на условиях разделения продукции между участвующими сторонами. Совместные предприятия. Классификация совместных предприятий. Преимущества совместного предприятия как формы международного маркетинга.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Концепция международного маркетинга	Причины и цели выбора стратегии международного маркетинга. Основные формы выхода на внешний рынок — экспорт, прямое инвестирование, создание совместного предприятия, франчайзинг, лицензирование, создание филиалов материнской компании за рубежом. Концепции глобального и мультинационального маркетинг
2.	Тема 2. Ключевые характеристики глобального рынка	Анализ зарубежного рынка и внешней среды маркетинга. Характеристики рынка: емкость (динамика и прогноз); наличие спроса на данный или аналогичный товар; его характер и прогноз; доступность рынка, его восприимчивость; конкуренция. Доступность рынка. Препятствия рынка: таможенные барьеры, юридические преграды, протекционистские и дискриминационные меры (нетарифные барьеры.
3.	Тема 3. Протекционистская политика государств Стабильность зарубежного рынка.	Политическая среда зарубежного рынка. Правовая среда страны. Нестабильной политической ситуация и угрозы среды: конфискации собственности; блокированию валютных резервов; введению импортных квот; ужесточению налогообложения и др. Предоставление режима наибольшего благоприятствования. Защита национальных производителей (ужесточение таможенного режима, импортные квоты, нетарифные барьеры и пр.). Политические силы и общественное мнение - концепция мега маркетинга.
4.	Тема 4. Особенности комплекса международного маркетинга	Исследование международной маркетинговой среды. Стратегия стандартизации и адаптации. Товарная политика. Критерии товарной политики: технические и функциональные характеристики товара; особенности восприятия товара на целевом рынке; затраты на адаптацию и ожидаемый полезный эффект; емкость рынка и уровень платежеспособного спроса, покупательная способность; уровень развития технологии производителя, др. Вынужденная и необходимая адаптация. Товарные инновации. Упаковка товара. Особенности международной торговомарочной практики. Ценовая политика. Особенности ценообразования на мировом рынке. Факторы, влияющие на уровень мировых цен. Причины изменчивости цен. Выбор целей ценовой политики в международном маркетинге. Международное торговое право. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.
5	Тема 5. Особенности управления	Глобализация экономики и стратегии международного развития. Понятие среды международного маркетинга и ее

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	маркетингом в глобальных компаниях	<p>факторов. Экономическая среда: структура хозяйства, общие сведения о налогах, характер распределения доходов и т.п. Политико – правовая среда: отношения к закупкам из-за рубежа, политическая стабильность, валютные ограничения, государственная система помощи иностранным компаниям. Особенности проведения маркетинговых исследований при выходе на зарубежные рынки. Цели, объекты и методы исследования в международном маркетинге.</p> <p>Этапы организации международного маркетинга в компании. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия. Макропирамидальная, зонтичная и интерконгломератная структура международного маркетинга.</p> <p>Задачи и функции отдела внешнеэкономических связей и маркетинга. Решения о структуре службы маркетинга: экспортный отдел, международные филиалы и дочерние компании, транснациональные компании</p>
6	Тема 6. Специфика продвижения товара на зарубежный рынок	<p>Особенности политики дистрибуций в международном маркетинге. Основные решения при формировании каналов сбыта в международном маркетинге. Основные формы международной сбытовой деятельности. Общая структура каналов распределения международном маркетинге. Прямой экспорт. Косвенный экспорт. Виды посреднических операций в зарубежной торговой практике. Критерии выбора формы сбыта на зарубежных рынках. Этнические сбытовые сети. Виды торгово - посреднических фирм. Условия работы посредников на мировых рынках. Регламентация посреднической деятельности в зарубежных странах. Три типа сбытовых структур в международном маркетинге. Особенности торговых компаний Европы, США, Китая, Южной Кореи. Международная интегрированная логистика: цели, принципы, основные составляющие. Особенности международной транспортной логистики. Сущность и виды международных транспортных операций. Организация международных перевозок. Особенности и виды международной транспортной упаковки. Конвенции соглашения о международных транспортных перевозках.</p>
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации Комплекс маркетинга: PR, стимулировании сбыта, личные продажи, реклама в международной маркетинговой деятельности компании.	<p>Особенности политики коммуникаций в международном маркетинге. Правила стандартизации международных коммуникационных средств. Особенности рекламы в международном маркетинге. Особенности глобальной рекламы. Кросскультурный анализ и мультинациональная реклама. Методы pull и push международной рекламной деятельности. Типы и структуры международных маркетинговых агентств. Особенности регулирования рекламных действий и торговых марок в отдельных странах. Использование “паблик рилейшнз” в международном маркетинге. Матрица основных типов корпоративной культуры различных стран. Международные выставки и ярмарки как средство стимулирования международного сбыта. Виды торгово- промышленных выставок</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		и ярмарок. Формирование спроса и стимулирование сбыта международном маркетинге. Сервисная политика и техническое обслуживание на мировом рынке
8	Тема 8. Совместное предпринимательство в международном маркетинге	Формы международного экономического сотрудничества. Филиалы и дочерние фирмы. Концессии. Международные консорциумы. Сотрудничество на условиях разделения продукции между участвующими сторонами. Совместные предприятия. Классификация совместных предприятий. Преимущества совместного предприятия как формы международного маркетинга.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	1. Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга	Сущность процесса глобализации. Основные характеристики глобальной экономики. Международная торговля в условиях глобализации. Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации. Стратегии международного маркетинга. Межкультурная сегментация. Персонализированный маркетинг. Особенности инструментария международного маркетинга.
2.	Маркетинговые исследования зарубежных рынков	Сущность, цели и задачи комплексного исследования зарубежного рынка. Организация исследования зарубежных рынков. Выявление целесообразности выхода на данный рынок и оценка условия маркетинговой деятельности на нем. Оценка степени привлекательности рынка (в кратко-, средне- и долгосрочном аспектах). Выявление различий в предпочтениях потребителей различных сегментов. Оценка возможности потребления данной продукции в каждом из сегментов. Оценка особенностей существующей системы сбыта. Определение позиции каждого конкурента (местного и зарубежного) и особенности разрабатываемого ими комплекса маркетинга (marketing mix). Определение сегментов (ниши), в которых конкурентные позиции произведенной продукции выглядят как более благоприятные. Выявление особенности восприятия потенциальными потребителями рекламных обращений. Оценка доли рынка в сравнении с конкурентами.
3.	Проблемы осуществления международных маркетинговых исследований	Особенности сбора информации о внешних рынках. Информационные потребности международных компаний. Источники международной маркетинговой информации. Сложности организации кабинетных и полевых исследований внешних рынков. Сопоставление данных международных маркетинговых исследований.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
4.	Комплекс маркетинга международной компании: международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке	Особенности ценообразования на зарубежных рынках. Цены и ценовая политика как одни из главных составляющих маркетинговой деятельности. Ценовая политика фирмы. Факторы, которые следует принимать по внимание при изучении международного ценообразования. Ценовые стратегии на мировых рынках: стратегия "снятия сливок" (skimming pricing), стратегия низких цен, или стратегия "прорыва" (penetration pricing), стратегия дифференцированных цен, стратегия единых цен, стратегия ценового лидера.
5	Виды цен, используемых во внешнеторговых операциях	Виды цен в международной торговле. Мировая цена товаров. Мировая цена отклоняется от внутренней. Множественность мировых цен. Свободные цены. Цена покупателя. Цена продавца. Цена производства. Цена рыночная. Цена базисная. Контрактная цена. Номинальная цена. Процедура ценообразования на экспортный товар. Демпинг. Демпинговые цены. Антидемпинговое законодательство.
6	Комплекс маркетинга международной компании: сбытовая политика в международном маркетинге	Особенности формирования каналов сбыта в международном маркетинге. Основные формы международной сбытовой деятельности. Стратегия «айкидо» и стратегические альянсы в международном маркетинг. Торговые дома (универсальные торговые фирмы) в международном маркетинге. Мелкие и средние специализированные торговые фирмы в международном маркетинге. Международная интегрированная логистика
7	Формы международного маркетинга	Выход компании на внешние рынки. Способы выхода на внешние рынки. Факторы, влияющие на выбор варианта вхождения международной компании на зарубежный рынок. Формы участия международной компании в деятельности на внешних рынках. Экспорт и его виды. Разработка экспортной стратегии.
8	Управление международной маркетинговой деятельностью	Планирование международной маркетинговой деятельности. Организация международной маркетинговой деятельности. Контроль и оценка эффективности международной маркетинговой деятельности.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1.	УК 10	тестирование		письменно
Тема 2.	УК 10	тестирование		письменно
Тема 3.	УК 10	реферат		письменно
Тема 4.	УК 10	реферат		письменно
Тема 5	УК 10	тестирование		письменно
Тема 6	УК 10	реферат		письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 7	УК 10	тестирование		письменно
Тема 8	УК 10	тестирование		письменно
			Зачет с оценкой	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК 10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает особенности международного маркетинга, его теоретические подходы и принципы организации на внешнем рынке. Способы выхода на внешний рынок и методы маркетингового анализа зарубежных рынков, знает какими способами происходит обоснование международной маркетинговой стратегии	1,2,4,5,
2	Владеет методиками и техниками определения конкурентных преимуществ на международной рынке, умеет применять инструменты международного маркетинга для оценки рыночного позиционирования и планирования международной маркетинговой деятельности	3,6,7,8,

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-

го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК 10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
	Знает основные подходы к реализации международной маркетинговой деятельности . Знает способы выходы на международные рынки. Знает условия определения рыночных возможностей в условиях высоко конкурентной борьбы	Владеет методиками маркетингового анализа для уточнения возможностей позиционирования фирмы на внешнем рынке. Понимает какие способы продвижения наиболее лучшим образом обеспечат устойчивость рыночных позиций фирмы на внешнем рынке	Способен оценить маркетинговые возможности фирмы и определить необходимость выхода на международный рынок на основе оценки рыночной конкурентоспособности фирмы. Способен сформировать политику ценообразования с учетом всех внешних факторов, определяющих устойчивость фирмы как в краткосрочном , так и долгосрочном периоде.	Контролируемая самостоятельная работа, зачет с оценкой

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

1. Какой из элементов маркетингового исследования является орудием исследования?
а) наблюдение; б) эксперимент; в) анкета; г) опрос.
3. Какой из представленных элементов относится к внутренней среде предприятия?
а) потребители; б) научно-техническая среда; в) производственная среда; г) посредники.
4. Какой вид стратегии роста предполагает использование возможностей интеграции с другими элементами международной маркетинговой системы?
а) интенсивный рост; б) интеграционный рост; в) диверсификационный рост; г) сокращение.
5. Как называется стратегия международного продвижения в зависимости от жизненного цикла товара на этапе роста?
а) информирование о новом товаре; б) модификация; в) напоминание о товаре; г) увещевание о бренде.
6. На какой фазе психологического воздействия международной рекламы происходит произвольная или непроизвольная направленность на определенный объект?
а) интерес; б) внимание; в) желание; г) активность.

Тема 2 ,4

Проверяемые компетенции

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

1. Какая из перечисленных характеристик не относится к функциям международного маркетинга?
а) аналитическая; б) товарно-производственная; в) сбытовая; г) посредническая.
2. Какой элемент из перечисленных относится к микросреде внешней среды предприятия?
а) культура; б) управленческая среда; в) конкуренты; г) демографическая среда.
3. Какой вид международного маркетинга предполагает выпуск товара, ориентированного на один сегмент рынка?
а) дифференцированный; б) недифференцированный; в) социально-этичный; г) концентрированный.
4. Какой вид стратегии диверсификационного роста предполагает наполнение ассортимента товарами, интересными тем же покупателям?
а) горизонтальная; б) концентрическая; в) конгломератная; г) вертикальная.
5. Какая стратегия ценообразования предполагает определение лидирующих цен на свои товары?
а) «прорыва» на рынок; б) «снятия сливок»; в) дифференцированных цен; г) ценового лидера.
6. В какой последовательности происходит психологическое воздействие международной рекламы на человека?
а) интерес-внимание-желание-активность; б) желание-внимание-интерес-активность; в) внимание-интерес-желание-активность; г) желание-интерес-внимание-активность.
7. Какой вид международной рекламы основан на формировании имиджа фирмы?
а) сравнительная; б) престижная; в) напоминающая; г) товарная.
8. Как называется вид международного продвижения, предполагающий личный контакт?
а) стимулирование сбыта; б) реклама; в) личная продажа.
9. Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно национально-культурными особенностями?
а) мотив традиции; б) эстетический; в) утилитарный; г) мотив престижа.
10. Какой блок не входит в систему построения бренда?
а) позиционирование; б) продажа; в) создание идеи бренда; г) планирование продвижения.
7. Как называется внешнеторговая стратегия, связанная с политическими ограничениями?
а) либерализация; б) изоляция; в) протекционизм; г) «протекционизм наоборот».
8. К какому элементу комплекса международного маркетинга относится реклама?
а) товар; б) цена; в) метод распространения; г) метод продвижения.
9. Как называется вид международной конкуренции, при которой предприятие объявляет о снижении цен на товары?
а) неценовая; б) видовая; в) прямая ценовая; г) предметная.
10. Как называется вид международной рекламы, представляющий достоинства фирмы, которые выгодно отличают ее от конкурентов?
а) товарная; б) фирменная; в) прямая; г) информативная

Тема 6.7

Проверяемые компетенции

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

1. Что из перечисленного принимает специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностными характеристиками человека?
 - а) нужда; б) запрос; в) потребность; г) спрос.
2. К какой группе факторов, влияющих на поведение покупателей, относятся референтные группы?
 - а) культурные факторы; б) социальные факторы; в) личные факторы; г) психологические факторы.
3. Что относится к методам международного маркетингового исследования?
 - а) экспертные оценки; б) публикации; в) статистика; г) описание.
4. Как называется метод сбыта, предполагающий использование международных посредников?
 - а) прямой метод; б) выборочный метод; в) косвенный метод; г) распределение.
5. Какой вид стратегии роста предполагает использование возможностей предприятия при существующих масштабах деятельности?
 - а) интеграционный рост; б) интенсивный рост; в) диверсификационный рост; г) сокращение.
6. На какой фазе психологического воздействия международной рекламы происходит побуждение к действию?
 - а) интерес; б) желание; в) активность; г) внимание.
7. Как называется международная ценовая стратегия, связанная с установлением цены ведущим производителем?
 - а) «снятия сливок»; б) дифференцированных цен; в) «ценового лидера»; г) «прорыва» на рынок.
8. Какой элемент относится к системе международных маркетинговых коммуникаций?
 - а) целевая аудитория; б) прямой маркетинг; в) позиционирование; г) маркетинговые исследования.
9. Как называется вид международной рекламы, направленный на представление отличительных свойств товара с целью создания спроса на него?
 - а) товарная; б) увещательная; в) фирменная; г) агрессивная.
10. Как называется заголовок рекламного послания с повышенной эмоциональной насыщенностью?
 - а) эпиграф; б) слоган; в) сообщение; г) текст.

.....

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других

информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 4. 7,8

Проверяемые компетенции

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Темы рефератов

1. возникновение международного маркетинга.
2. Характеристика основных форм выхода компаний на внешний рынок.
3. Концепция глобального маркетинга.
4. Принцип этноцентризма.
5. Мультинациональная концепция маркетинга.
6. Характеристики международного рынка.
7. Доступность международного рынка.
8. Нетарифные барьеры.
9. Политическая и правовая среда зарубежных рынков
10. Условия предоставления режима наибольшего благоприятствования.
11. Защита интересов национальных производителей.
12. Компоненты внешней среды международного маркетинга.
13. Виды права в разных странах и их влияние на маркетинговую деятельность зарубежных компаний.
14. Патентное право
15. Защита товарных знаков и авторских прав
16. Стандартизация форм бухгалтерского учета.
17. Охраны окружающей среды.
18. Международное торговое право.
19. Виды конкурирующих сил действуют на международном рынке
20. Барьеры выхода на международные рынки
21. Влияние культурной среды на бизнес в стране

22. Сущность маркетинговых исследований при выходе на зарубежные рынки
23. Рыночная привлекательность страны
24. Атрибуты культуры и их проявление в международном маркетинге
25. Разновидности экспорта, их преимущества и недостатки
26. Составляющие инфраструктуры международного бизнеса и их отличия по странам
27. Порядок создания совместных предприятий в России
28. Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными компаниями.
29. Принципы налогообложения иностранных инвесторов и способы стимулирования привлечения иностранных инвестиций в России.
30. Роль товарных знаков на зарубежных рынках.
31. Ценовая политика. Отличие цен на мировых рынках.
32. Способы выхода предприятия на международные рынки.
- 11
33. Критерии сегментация международного рынка.
34. Виды адаптации товара на международном рынке.
35. Основные требования к упаковке товара.
36. Стратегическое планирование и маркетинговые программы в международном маркетинге
37. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия.
38. Правила стандартизации международных коммуникационных средств.
39. Особенности рекламы в международном маркетинге.
40. Формирование спроса и стимулирование сбыта в международном Маркетинге

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представлен	Представляемая	Представляемая	Представляемая	Представляемая

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
ие	информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэтапного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	актуальность проблемы и темы; новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.

Критерии	Показатели
Степень раскрытия сущности проблемы	соответствие плана теме реферата; соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованность способов и методов работы с материалом; умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	круг, полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата; культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 3 ,7

Проверяемые компетенции

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Пример кейса.

«PROCTER & GAMBLE»: ПОДЪЕМЫ И СПАДЫ ВМЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ

«Procter & Gamble» – возможно, крупнейший поставщик упакованных потребительских товаров США – выпускает такие ведущие марки товаров, как моющее средство «Tide», зубную пасту «Crest», кофе «Folders» и одноразовые подгузники

«Pampers». Но до последнего времени, конкурируя за рубежом, компания часто терпела неудачи. Она нередко неверно оценивала потребности потребителей и намерения конкурентов. Часто ей наносили сокрушительные удары такие известные

фирмы, как «Unilever» в Европе и «Као» в Японии. Компания склонна была довольствоваться вторым, третьим или четвертым местом на зарубежном рынке, а не сосредоточивать ресурсы с тем, чтобы выйти на первое место. В результате компания не была за рубежом тем гигантом, которым она является в США.

Но все постепенно меняется по мере того, как «Procter & Gamble» учится эффективно работать на глобальном рынке.

Многим в этом отношении она обязана Edwin Artzt – нынешнему президенту и бывшему руководителю международных

операций компании. Artzt стремится стать главным игроком на вновь открывшихся рынках в Восточной Европе путем приобретения в 1990 г. ведущей чешской компании по производству моющих средств и заключения возможных сделок в Польше и Венгрии. Он превратил «Procter & Gamble» в глобальную фирму в космической отрасли, купив «Noxell» (изготовитель

«Cover Girl») в 1989 г., «Old Spice» – в 1990 г. и «Max Factor» и «Betrix» – в 1991 г., – компании, давно утвердившиеся на

международных рынках. Кроме того, он укрепил позиции компании в Японии до такой степени, что в конце 80-х годов были

получены не убытки, а прибыли, а эта страна стала вторым по прибыльности зарубежным рынком. Перечисленные меры

нашли отражение в растущей значимости зарубежных рынков для «Procter & Gamble»: в 1984 г. зарубежные операции обеспечивали компании только 12 %, а в 1990 г. эта доля превысила треть.

Причины растущего успеха компании на зарубежных рынках не являются секретом. Она попросту отказалась от философии, согласно которой то, что срабатывает в США, скорее всего, сработает и за рубежом, и стала больше внимания уделять потребностям и привычкам потребителей других стран.

Япония служит удачным примером эффективного изменения подхода «Procter & Gamble» к международному маркетингу. По словам Artzt, компания ворвалась на японский рынок (в 1972 г.) с американскими товарами, американскими менеджерами, американской рекламой и американскими методами сбыта и стратегиями стимулирования продаж. В результате такой

полностью американской стратегии «Procter & Gamble» упустила из виду два важнейших фактора японского рынка: обычаи

и привычки потребителей и японскую систему распределения.

Наиболее отчетливо проявилось отсутствие понимания запросов японских потребителей. «Procter & Gamble» сформировала рынок одноразовых подгузников, предложив в 1977 г. «Pampers», которые были довольно громоздкими и рассчитанными на ношение в течение длительного периода. Компания не учла, что японские женщины – наиболее аккуратные и щепетильные в мире – стирают белье и меняют детям подгузники вдвое чаще, чем американские. Вместо громоздкого подгузника

японские компании «Као» и «Uni-Charm» выпустили в продажу более тонкий и прочный подгузник с учетом запросов японских матерей. Доля «Pampers» на рынке одноразовых подгузников снизилась с 90 % в 1977 г. до 7 % в 1985 г.

Другой пример отсутствия понимания запросов японских потребителей – реклама мыла «Самау», в которой мужчина восторгается чистотой и гладкостью кожи женщины. Однако в Японии считается дурным тоном навязывание мужчиной своего

мнения женщине относительно выбора предметов ее туалета. В результате доля «Самуа» на рынке не превысила 2 %.

«Procter & Gamble» не учла различий и в системах распределения товара в США и Японии. В США большинство крупных изготовителей упакованных товаров продает их непосредственно сетям супермаркетов вроде А & Р или «Kroger». В

Японии же насчитывается 325 000 небольших магазинов, обслуживаемых большим количеством оптовиков. Оптовики необходимы, чтобы снабжать товаром небольшие магазины. Кроме того, японская культура предполагает установление личных

отношений, обеспечивающих лояльность оптовиков. Тем не менее, «Procter & Gamble» предпочла придерживаться американской стратегии распределения, работая напрямую с розничными торговцами, минуя оптовиков и поставив себя в невыгодное положение по сравнению, например, с «Као», которая имела превосходные давние отношения с оптовиками.

При Artzt «Procter & Gamble» осознала ошибочность применения полностью американского подхода и начала формулировать стратегии маркетинга с учетом местных вкусов и обычаев. Она выпустила улучшенный подгузник, втрое тоньше первоначальной модели. В результате доля «Pampers» возросла с 7 % в 1985 г. до 28 % в 1988 г. Новый подгузник стал прототипом «Ultra Pampers», который теперь продается во всем мире. Компания изменила направленность рекламы с учетом японских традиций, отказавшись от изображения мужчины в рекламе «Самуа» и подчеркнув красивый цвет лица женщины. Наконец, «Procter & Gamble» налаживает устойчивые отношения с оптовиками, чтобы распределить товар в небольших магазинах.

«Procter & Gamble» испытала подъемы и спады на международных рынках, но теперь намечается ее подъем благодаря

большему желанию адаптировать стратегии маркетинга к местным запросам и обычаям.

Вопросы

1. Почему сначала компании «Procter & Gamble» не удавалось стать лидером на зарубежных рынках, как это было в США?

2. За счет каких маркетинговых мер компания «Procter & Gamble» смогла занять лидирующие позиции на рынках стран Восточной Европы?

3. В чем заключались основные ошибки компании «Procter & Gamble» на рынке Японии?

4. Чем отличаются японские сбытовые сети от американских?

5. Какие маркетинговые меры приняла компания на японском рынке, чтобы добиться успеха?

6. Глобальный или мультинациональный маркетинг использует компания «Procter & Gamble» в своей работе на мировом рынке?

.....

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

УК 10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Вопросы к зачету с оценкой,:

1. Понятие и основные принципы маркетинга
2. Маркетинг-микс: «4Р» и «4С» маркетинга
3. Современный подход к маркетингу. Четыре эры в истории маркетинга.
4. Нетрадиционный маркетинг.
5. Технологическая революция в маркетинге.
6. Маркетинг, основанный на транзакциях, и маркетинг взаимоотношений.
7. Процесс планирования маркетинга.
8. Элементы стратегии маркетинга.
9. Инструменты, применяемые для планирования маркетинга.
10. Маркетинговая среда
11. Этические вопросы маркетинга. Социальная ответственность маркетинга.
12. Международная маркетинговая среда.
13. Мультинациональная экономическая интеграция.
14. Разработка международной стратегии маркетинга.
15. Понятие электронной коммерции. Интерактивность и е-коммерция.
16. Онлайн-покупатели и продавцы
17. Интерактивные каналы онлайн-маркетинга.
18. Маркетинг взаимоотношений и управление взаимоотношениями с потребителями
19. Взаимоотношения между покупателями и продавцами на рынках категории «бизнес — бизнес».
20. Процесс маркетингового исследования.
21. Методы маркетингового исследования.
22. Компьютерные технологии в маркетинговых исследованиях.
23. Прогнозирование продаж.
24. Рыночная сегментация, выбор целей и позиционирование
25. Стратегии выхода на целевые рынки
26. Межличностные детерминанты поведения потребителей
27. Процесс принятия решений потребителем
28. Классификация товаров и услуг на потребительском и бизнес-рынках
29. Жизненный цикл продукта. Стратегии управления жизненным циклом продукта.
30. Управление брендами для достижения конкурентного преимущества
31. Планирование нового продукта. Процесс разработки нового продукта.
32. Политика ценообразования: сущность, основные категории
33. Стратегии ценообразования. Приемы ценообразования.
34. Маркетинговые каналы, и управление цепью поставок
35. Прямой маркетинг и реселлеры: ритейлеры и оптовики

36. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается по таким видам работ как активность на семинарских занятиях, решение тестовых заданий, СРС и др. виды работ

Промежуточный контроль проводится в виде зачета с оценкой

Итоговый рейтинг определяется как средневзвешенный балл по текущему и промежуточному контролю.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Международный маркетинг / Моргунов В.И., Моргунов С.В., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 184 с. Режим доступа: <http://znanium.com>
2. Беленов, О.Н. Практикум по международному маркетингу / О.Н. Беленов. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 222 с. Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1032447>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг: Учебник для вузов [Текст] / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – 2-е изд.- СПб: Питер, 2009. – 688 с
2. Карпова, С. В. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров [Текст] / С. В. Карпова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 318 с. (Высшее образование) в).

7.3. Нормативные документы

7.4. Для самостоятельной работы

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Маркетинг в России и за рубежом (www.dis.ru).
2. Практический маркетинг (www.cfin.ru).
3. Маркетолог (www.marketolog.ru).
4. Маркетинг и маркетинговые исследования. Управление продажами. Интернет-маркетинг. Бренд-менеджмент. Издательский дом Гребенникова (www.grebennikov.ru)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по работе во время лекционных занятий В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектировать учебный материал представляемый преподавателем. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки. Для выделения разделов,

выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Ссылки на первоисточники отмечать на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их в текст конспекта.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

6. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям. Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, формирование у них определенных умений и навыков, формирование части компетенции. В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы. Подготовка к зачёту/экзамену. При подготовке к промежуточной аттестации необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и выполнение заданий на практических занятиях.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Перечень информационных справочных систем

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Менеджмент качества»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Менеджмент качества»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Тематика самостоятельных работ	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	14
6.3.1 Тестовые задания	14
6.3.2 Задачи	21
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	25
6.3.4. Решение кейсов	29
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	39
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	40
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	41
7.1. Основная учебная литература	41
7.2. Дополнительная учебная литература	41
7.3. Нормативные документы	42
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	42
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	42

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	50
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	50

Наименование дисциплины (модуля)

«Менеджмент качества»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Менеджмент качества»- формировать у студентов комплекс знаний основ теории качества, методических приемов менеджмента качества и выработать практические навыки управления качеством с использованием принципов системного анализа, а также навыков по организации систем качества, отвечающих рекомендациям международных стандартов.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать: сущность и роль качества в функционировании предприятий и организаций, основные методы и функции управления качеством, взаимосвязь понятий конкурентоспособность и качество продукции, систему всеобщего управления качеством</p> <p>Уметь: разрабатывать и совершенствовать системы менеджмента качества на предприятии, применять на практике статистические методы контроля качества</p> <p>Владеть: методами менеджмента качества при принятии управленческих решений, методами инструментального анализа, необходимыми для принятия решений в области менеджмента качества</p>	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Менеджмент качества» представляет собой дисциплину базовой части дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-4		Менеджмент качества	Ценообразование в маркетинге, Стратегический маркетинг, Менеджмент качества, Разработка товарной политики, Управление продажами, Коммерческая деятельность, Бизнес-планирование, Инвестиционный менеджмент

Дисциплина изучается: на 2 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	242
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	68,25
Самостоятельная работа	111,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.	32	4	1	4	20	3		
Тема 2. Функции и принципы управления качеством	51	6	10	12	20	3		
Тема 3. Контроль качества в системах управления	49	8	10	8	20	3		

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
качеством								
Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности	49	6	10	8	20	3		
Итого	180	24	31	32	80	12	0,25	0,75
Контактная работа	68,25	24		32		12	0,25	
Самостоятельная работа	111,75		31		80			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.	Предмет и основное содержание курса. Взаимосвязь управления качеством с другими дисциплинами учебного плана. Цели, задачи и структура курса. Качество — философская категория, разнообразие терминов “качество”, качество в определении Международной организации по стандартизации. Объект качества Основные понятия и категории управления качеством. Эволюция теории управления качеством. Философия качества. Комплексное и тотальное управление качеством. Современная практика взаимоотношений предприятий в области качества. Принципы управления качеством. Управление качеством как аспект общего управления предприятием (организацией). Субъект, объект и функции управления качеством. Петля качества, модель качества, цикл Деминга. Теоретические подходы к качеству и конкурентоспособности. Экономическое содержание категории качества. Социально экономическая сущность проблемы повышения качества. Качество и научно-технический прогресс. Приоритетная роль качества в неценовых методах конкуренции и обеспечении конкурентоспособности продукции. Понятие конкуренто-

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		способности продукции. Факторы, влияющие на конкурентоспособность. Составляющие элементы конкурентоспособности продукции. Качество как стратегический потенциал успеха предприятия в современной экономике.
2.	Тема 2. Функции и принципы управления качеством	Политика и планирование качества, обучение и мотивация персонала, организация работ по качеству, контроль качества, информация о качестве, разработка мероприятий, принятие решений, внедрение мероприятий в производственный процесс, взаимодействие с внешней средой по вопросам качества. Механизм управления качеством.
3.	Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством	Классификация и содержание видов, методов и средств контроля. Статистические методы контроля за качеством продукции. Организация и проведение испытаний продукции. Понятие «обеспечение качества». Этапы обеспечения качества. Функции службы обеспечения качества. Квалиметрия. Метрология.
4.	Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности	Стандартизация, понятие, принципы, роль и значение. Правовые основы стандартизации и закон РФ «О техническом регулировании». Стандартизация как деятельность. Принципы технического регулирования. Цели принятия технических регламентов. Содержание и применение технических регламентов. Виды технических регламентов. Документы в области стандартизации. Национальные стандарты, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации. Стандарты организаций. Цели, принципы, формы подтверждения соответствия. Добровольное подтверждение соответствия. Обязательное подтверждение соответствия. Организация обязательной сертификации. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров) государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспо-	Комплексное и тотальное управление качеством. Современная практика взаимоотношений предприятий в области качества. Качество и научно-технический прогресс. Приоритетная роль качества в неценовых методах конкуренции и обеспечении конкурентоспособности продукции.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	собность продукции.	
2.	Тема 2. Функции и принципы управления качеством	Менеджмент качества как аспект общего управления инновационной бизнес-системой. Субъект, объект и функции менеджмента качества. Петля качества, модель качества, цикл Деминга. Политика и планирование качества, обучение и мотивация персонала, организация работ по качеству, контроль качества, информация о качестве, разработка мероприятий, принятие решений, внедрение мероприятий в производственный процесс, взаимодействие с внешней средой по вопросам качества в инновационных бизнес-системах. Механизм управления качеством инновационной организации.
3.	Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством	Классификация и содержание видов, методов и средств контроля. Статистические методы контроля за качеством продукции и инновационных бизнес-систем. Организация и проведение испытаний продукции. Понятие «обеспечение качества». Этапы обеспечения качества. Функции службы обеспечения качества. Квалиметрия. Метрология.
4.	Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности	Документы в области стандартизации. Национальные стандарты, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации. Стандарты организаций. Цели, принципы, формы подтверждения соответствия. Добровольное подтверждение соответствия. Обязательное подтверждение соответствия. Организация обязательной сертификации. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров) государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.	Современная практика взаимоотношений предприятий в области качества. Экономическое содержание категории качества. Качество и научно-технический прогресс. Качество как стратегический потенциал успеха предприятия в современной экономике.
2.	Тема 2. Функции и	

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	принципы управления качеством	Обучение и мотивация персонала Внедрение мероприятий в производственный процесс Механизм управления качеством.
3.	Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством	Понятие «обеспечение качества». Этапы обеспечения качества. Функции службы обеспечения качества. Квалиметрия. Метрология.
4.	Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности	Национальные стандарты, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации. Стандарты организаций.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.	ОПК-4	тестирование реферат задачи		письменно устно
Тема 2. Функции и принципы управления качеством	ОПК-4	тестирование задачи кейс		письменно
Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством	ОПК-4	тестирование задачи реферат кейс		письменно устно
Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности	ОПК-4	тестирование реферат задача		письменно устно
			зачет	письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные понятия, методы и способы управления качеством. Умеет разрабатывать и совершенствовать системы управления качеством на предприятии. Знает взаимосвязь понятий качества и конкурентоспособности продукции. Умеет использовать методы статистического контроля качества для принятия управленческих решений. Знает нормативно правовое обеспечения, регламентирующее деятельность предприятия в области качества	1,2,3,4

Код компетенции	ОПК-4	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
2	Усвоение понятийного аппарата по управлению качеством, владение терминологией в области управления обеспечения и улучшения качества, особенностей подходов всеобщего управления качеством, отечественный и зарубежный опыт управления качеством, существующие системы управления качеством. Усвоение экономического содержания категории качества, взаимосвязи с конкурентоспособностью организации, и факторов влияющих на конкурентоспособность продукции, основ классификации контроля качества и методов оценки качества, основных теоретических волюметрических подходов и метрологического обеспечения процессов. Усвоение теоретических подходов к условиям обеспечения высокого качества продукции за рубежом, реализацию функций управления качеством в части планирования качества, реализации политики в области качества, процессов взаимодействия с внешней средой для разработки стратегических планов, направленных на совершенствование деятельности организацию	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности применения полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
<p>Знает основные понятия, методы и способы управления качеством. Умеет разрабатывать и совершенствовать системы управления качеством на предприятии. Знает взаимосвязь понятий качества и конкурентоспособности продукции. Усвоение понятийного аппарата по управлению качеством, владение терминологией в области управления обеспечения и улучшения качества, особенностей подходов всеобщего управления качеством, отечественный и зарубежный опыт управления качеством, существующие системы управления качеством. Усвоение экономического содержания категории качества, взаимосвязи с конкурентоспособностью организации, и факторов влияющих на конкурентоспособность продукции, основ классификации контроля качества и методов оценки качества, основных теоретических волюметрических подходов и метрологического обеспечения процессов. Умеет использовать методы статистического контроля качества для принятия управленческих решений. Знает нормативно правовое обеспечения, регламентирующее деятельность предприятия в области качества.</p> <p>Усвоение теоретических подходов к условиям обеспечения высокого качества продукции за рубежом, реализацию функций управления качеством в части планирования качества, реализации политики в области качества, процессов взаимодействия с внешней средой для разработки стратегических планов, направленных на совершенствование деятельности организацию</p>	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тесты, реферат, задачи, кейсы, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

На какой стадии формируется качество продукции

- заключения контракта на поставку
- изготовления
- сборки
- контроле качества
- проектирования

Перечислите «Уровни качества» по восходящей

- подразделение предприятия
- предприятие
- продукция
- группа предприятий (отрасль)
- элемент изделия
- партия продукции

Что такое менеджмент качества?

- совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий в области качества
- постоянная деятельность оперативного характера для реализации мероприятий в области качества
- деятельность, направленная на повышение технического уровня продукции, совершенствование элементов производства и систем качества
- деятельность по изучению рынка и продвижения товаров

В чём заключается смысл функциональной модели «петля качества»

- процесс управления качеством имеет циклическую структуру
- процесс управления качеством охватывает все стадии жизненного цикла товара
- процесс управления качеством целесообразно осуществлять на отдельных стадиях жизненного цикла товара

Кто из перечисленных ученых является автором цикла PDCA

- Д. Джуран
- Ф. Кросби
- Э. Деминг
- К. Исикава
- А. Фейгенбаум

Что такое конкурентоспособность продукции

- способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом рынке
- самый высокий в мире уровень качества
- способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции
- преимущества товара на рынок конкурентов

Какие из показателей не относятся к экономическим показателям конкурентоспособности?

- материалоемкость, трудоемкость, энергоемкость продукции
- цена товара
- долговечность продукции
- эстетические характеристики

Конкурентоспособность товара определяется (в отличие от качества) только той совокупностью свойств

- которые представляют несомненный интерес для определенной группы покупателей, и обеспечивает удовлетворение данной потребности
- стоимость, которых значительно повысилась за счет придания товару новых свойств
- которые обладают большей потребительской стоимостью

Выберите из перечня факторы, формирующие качество товаров

- хранение
- проектирование
- упаковка
- производство
- сырье
- транспортирование
- маркировка

Категории конкурентоспособности товара и предприятия имеют существенные различия: в основе исследования конкурентоспособности предприятия

- лежит более длительный отрезок времени, соответствующий периоду функционирования
- временной интервал, соответствующий жизненному циклу товара
- номенклатура выпускаемой продукции
- оценка потребителя
- результаты самообследования

Неценовая конкуренция - это

- повышение жизненного цикла продукта
- проведение научно-исследовательских работ по повышению качества продукции
- система «нулевых дефектов» (бездефектного труда)
- конкуренция качества

Оперативное управление качеством основано на создании условий для

- эффективного проведения мероприятий по совершенствованию качества продукции и работ
- для обеспечения макроэкономических условий, ослабляющих позиции конкурента
- стабилизации производства, сбыта и послепродажного обслуживания высококачественной продукции;
- создания повышенного неэластичного спроса на выпускаемую продукцию
- оперативного воздействия на причины возникновения дефектов и устранения брака
- использования механизма коллективной и индивидуальной ответственности и стимулирования выпуска продукции высокого качества
- повышения ликвидности внеоборотных активов

Какому подходу к управлению качеством соответствует формулировка: «качество основывается на низком уровне цен»?

- западный (США, Европа)
- восточный (Япония, страны Юго-Восточной Азии).

Категории конкурентоспособности товара и предприятия имеют существенные различия: конкурентоспособность продукции оценивается и исследуется

- во временном интервале, соответствующем жизненному циклу товара
- весь производственно-технический потенциал предприятия
- применительно к каждому виду
- потребителем
- во времени, соответствующий периоду функционирования предприятия

Тема 2. Функции и принципы управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Специфическими функциями в системе управления качеством, присущими именно этому виду деятельности, являются

- проектный анализ
- стандартизация
- сертификация
- реинжиниринг

Функцией менеджмента качества не является

- надзор за полнотой контроля качества
- участие в проведении приемочного контроля
- обучение персонала в области качества

Функции системы управления качеством

- маркетинговые исследования
- планирование
- нормирование
- организация
- контроль

Что представляет собой план качества (по ГОСТ Р ИСО Р 9000-2001)

- процесс демонстрации способности выполнять установленные требования
- документ, определяющий какие процедуры и соответствующие ресурсы, кем и когда должны применяться к конкретному проекту, продукции, процессу или контракту
- документ, содержащий достигнутые результаты или свидетельства осуществлённой деятельности
- записи, используемые для документирования прослеживаемости

К основным методам работы по качеству относятся

- методы мотивации персонала
- методы обеспечения качества
- методы стимулирования качества
- методы контроля результатов работы по качеству
- методы инновационного развития

Разработка системы улучшений должна базироваться на следующих основных составляющих

- документирование системы менеджмента качества, регламентация процессов и функций
- построение системы взаимоотношений с потребителями
- построение системы взаимоотношений с поставщиками
- построение системы проектирования инноваций
- построение системы мотивации к улучшению качества
- построение системы обучения персонала в области качества
- построение административной системы управления

Последовательность этапов стратегического анализа при разработке программы улучшений:

- улучшение критических процессов
- идентификация потребителей и выявление их требований
- определение факторов успеха и критических факторов успеха
- определение и согласование видения, миссии и ценностей
- выявление критических процессов
- обзор и оценка

Всю деятельность предприятия по разработке и внедрению экономических аспектов качества можно разбить в общем случае на последовательность следующих этапов

- выбор направления работ в области экономики качества
- определение цели внедрения экономических аспектов качества в организации
- создание документов, регламентирующих деятельность в области экономики качества
- обучение персонала
- полномасштабное внедрение
- апробация выбранного метода на примере нескольких структурных подразделений (нескольких процессов системы менеджмента качества)

Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

При выборе средств измерений следует опираться на следующие параметры

- точность
- измерения
- достоверность
- трудоемкость операции измерения
- стоимость

Допустимый уровень качества - это

- максимальный процент несоответствующей продукции в партии или серии
- количество несоответствующей продукции в партии
- минимальный процент несоответствующей продукции в партии
- сумма некачественной продукции

Статистические методы являются основой для эффективного распознавания проблем и их анализа. Статистические методы классифицируют по признаку общности на основные группы

- графические методы
- метод трех сигм
- метод анализа данных
- методы анализа статистических совокупностей
- экономико-математические методы

FMEA - анализ процессов может проводиться для

- процессов производства продукции
- бизнес - процессов (документооборота, финансовых процессов и т.д.)
- процесса эксплуатации изделия потребителем
- процессов регулирования рыночных условий

Выборочный контроль – это

- степень соответствия среднего значения, полученного в ходе проведения большого числа наблюдений, базовому значению
- действие, предпринятое в отношении несоответствующей продукции, с тем, чтобы она удовлетворяла исходным установленным требованиям
- контроль продукции, процессов или услуг с использованием выборок
- полная продолжительность наработки объекта с момента его первого ввода работоспособное состояние до отказа или с момента его восстановления до следующего отказа

Метод статистического контроля - диаграмма Парето используется для показа

- величины рассеивания контролируемого параметра
- наиболее убыточных видов брака или причин несоответствий
- нет правильного ответа

Количественная характеристика любых свойств – это

- признак продукции
- свойства продукции
- параметр продукции
- качество продукции

Предметом изучения квалиметрии являются

- изучение свойств предметов производственной деятельности
- разработка методологии измерения
- разработка средств измерения
- количественная оценка качества продукции

Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Что такое ISO

- система управления конкурентоспособностью
- международная организация по стандартизации
- национальная организация, специализирующаяся на вопросах стандартизации
- орган по сертификации

Правовые основы сертификации в РФ установлены Законами

- «О защите прав потребителей»
- «О сертификации продукции услуг»
- «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»
- «О техническом регулировании»

Нормативной базой требований к качеству продукции являются следующие нормативные документы

- стратегическая карта
- стандарт
- приказ
- технические условия
- эталон
- контрольный лист предприятия
- рецептура

Виды стандартов

- национальный стандарт
- технологический стандарт
- стандарт соответствия
- отраслевой стандарт
- стандарт фирмы, стандарт производителя
- стандарт общественных объединений

Какой из перечисленных принципов не является принципом стандартизации?

- принцип универсальности
- принцип гармонизации
- принцип сбалансированности интересов сторон
- принцип чёткости формулировок

Цели сертификации

- совершенствование производства
- доказательство безопасности товара
- защита потребителей от некачественного товара
- модернизация оборудования

ИСО 9000 рекомендует строить управление процессами по направлениям

- через структуру и работу самого процесса, внутри которого имеются потоки продукции и информации
- через качество продукции и информации, протекающих внутри структуры
- через организационную структуру предприятия, ответственного за процесс
- через анализ качества потребительского выбора и стоимости

К обязательным требованиям государственных (национальных) стандартов относятся:

- безопасность продукта, услуги, процесса для здоровья человека, окружающей среды, имущества, а также производственная безопасность и санитарные нормы
- требования к упаковке, транспортировке, хранению и утилизации продукта
- техническая и информационная совместимость и взаимозаменяемость изделий
- единство методов контроля и единство маркировки
- основные потребительские характеристики продукции и методы их контроля

К рекомендательным требованиям государственных (национальных) стандартов относятся

- основные потребительские характеристики продукции и методы их контроля
- требования к упаковке, транспортировке, хранению и утилизации продукта
- техническая и информационная совместимость и взаимозаменяемость изделий
- правила и нормы, касающиеся разработки производства и эксплуатации

- единство методов контроля и единство маркировки
- правила оформления технической документации

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Задача 1. В 70-х гг. при традиционном подходе к управлению деятельностью в корпорации Ford было принято следующее определение качества: *«Качество — это соответствие всем необходимым техническим требованиям, которые определены в рабочих чертежах, технических условиях и других подобных документах».*

Однако при развитии взаимоотношений с потребителями и в первую очередь благодаря успехам японских фирм, поставивших удовлетворение потребителей главной целью своих стратегий развития, в конце 80-х гг. корпорация Ford приняла другое определение качества: *«Качество определяется покупателем; покупатель хочет иметь изделия и услуги, которые в течение всего срока их службы удовлетворяют его или ее потребностям и ожиданиям по цене, соответствующей ценности».*

Какие произошли изменения в определении качества? Прокомментируйте их.

Задача 2. Toyota открыла новое понимание качества, выпустив лучшую в мире продукцию, но уже готова спросить себя, как делать еще лучше. *«Неустанная погоня за совершенством»* — этот лозунг можно отнести не только к продукции компании Toyota, но и к самой компании. Это и есть наглядный пример функционирования динамики качества в понимании японских специалистов. В.А. Лапидус как-то спросил участников конференции по качеству на АвтоВАЗе: *«Что вы производите?»* Ответы были очевидными — автомобили, транспортные средства, запасные части. Тогда автор предложил другой взгляд: *«Вы участвуете в предоставлении услуг по транспортировке».*

Сравните и проанализируйте подходы управления качеством в японской и российской автомобильных компаниях.

Тема 2. Функции и принципы управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Задача

Обеспечение качества предполагает знание и использование 14 принципов Деминга. Студентам необходимо предложить мероприятия по их реализации в инновационной организации.

№	Принципы Деминга	Мероприятия по реализации принципов Деминга
1	Постоянство цели	
2	Новая философия	
3	Покончите с зависимостью от массового контроля	
4	Покончите с практикой закупок по самой низкой цене	
5	Улучшайте каждый процесс.	
6	Введите в практику подготовку и переподготовку кадров	
7	Учредите лидерство	
8	Изгоняйте страхи	
9	Разружьте барьеры между подразделениями	
10	Откажитесь от пустых лозунгов и призывов.	
11	Устраните произвольные числовые нормы и задания.	
12	Дайте работникам возможность гордиться своим трудом	
13	Поощряйте стремление к образованию.	
14	Приверженность делу повышения качества и действенность высшего руководства	

Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Задача

1. Выберите в качестве объекта анализа продукцию или услугу.
2. Определите процессы, протекающие на каждом из этапов жизненного цикла продукции, цель каждого этапа, а также отдел или структуру предприятия, которая будет осуществлять эти процессы. По результатам работы продолжите заполнять таблицу, в которой приведён пример для этапа-маркетинг (таб.).
3. Разработайте предложения о том, какие процессы также должны осуществляться на предприятии, кроме процессов жизненного цикла продукции, а также задачи совершенствами качества инновационных процессов.

Сводная таблица совершенствования качества бизнес-процессов на этапах жизненного цикла продукции

Этап жизненного цикла	Цель этапа	Процессы, осуществляемые на этапе	Исполнитель
Маркетинг			
Проектирование и разработка			
МТС			
Разработка технологии			
Производство			
Контроль и испытание			
Упаковка и хранение			
Распределение и реализация			
Монтаж			
Эксплуатация			
Техпомощь и обслуживание			
Утилизация			

Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Задача 1

Цель: Основной целью данной работы является знакомство и изучение содержания международного стандарта ИСО «Менеджмент качества и обеспечение качества - Словарь».

Для выполнения этого задания студенту необходимо иметь следующие материалы: текст международного стандарта «Менеджмент качества и обеспечение качества - Словарь».

Основные положения:

В настоящее время прошел процедуру утверждения стандарт нового поколения ИСО 9001-2000, представляющий модель системы менеджмента качества и регламентирующий основные требования к составу и содержанию элементов системы менеджмента качества на предприятиях.

Если в версиях международных стандартов ИСО серии 9000 (1987 и 1994 годов) «Словарь» представлял собой отдельный нормативный документ, то в новой версии словарь вошел структурным элементом в МС ИСО 9001-2000 г.

По сравнению с предыдущими версиями вновь утвержденный стандарт содержит более полный перечень терминов и определений, некоторые термины претерпели значительное изменение и уточнение.

Порядок выполнения:

1. Ознакомьтесь с содержанием предложенной версией нормативного документа и

укажите его основную цель;

2. Определите структуру нормативного документа и дайте перечень структурных элементов;

3. Кратко опишите содержание каждого элемента и по результатам работы заполните таблицу (форма таблицы приведена ниже);

4. Приведите структурную схему международного стандарта (студенту предоставляется право выбора формы схемы - «граф», таблица, и т.д.);

Таблица – Международный стандарт

№	Наименование структурного элемента	Краткое содержание элемента	Назначение элемента

5. Ознакомьтесь с требованиями стандартов системы ГСС по разработке государственных стандартов ГОСТ Р;

6. Определите разницу в требованиях к разработке государственных и международных стандартов и по результатам работы заполните таблицу («Таблица соответствия»);

Таблица – Таблица соответствия

№	Структурные элементы Международного стандарта	Структурные элементы Государственного стандарта ГОСТ Р

7. Внимательно ознакомьтесь с содержанием всех структурных элементов «Словаря» и ответьте на следующие вопросы:

7.1. Что является целью настоящего международного стандарта;

7.2. Найдите определения следующих понятий:

- качество;
- надежность;
- совместимость;
- взаимозаменяемость;
- безопасность;
- соответствие;
- дефект.

Для сравнения дайте определения этим же понятиям, принятым в отечественной практике и по результатам работы заполните таблицу.

Таблица – Таблица сравнения

№	Понятие	Трактовка стандарта «Словарь»	Отечественная трактовка понятия

7.3. Укажите причины, по которым введено понятие «градация»;

7.4. Укажите группы терминов, определяемых настоящим стандартом, по разделам;

7.5. Приведите требования к документированным процедурам;

7.6. Дайте классификацию продукции и укажите критерии классификации;

7.7. Какие выражения следует применять, говоря о степени превосходства в сравнении или количественном смысле, и что они означают;

7.8. Приведите требования к «Требованию по качеству» и «Требования общества»;

7.9. Дайте определение понятию «Планирование качества». Какие области деятельности оно охватывает?

7.10. Что такое анализ менеджмента и какие процедуры он охватывает;
7.12. Перечислите виды документов системы качества, определения которых даны в словаре;

7.13. Опишите требования к «Руководству по качеству».

Отчет по работе должен содержать:

- тему и цель работы;
- заполненную таблицу «Международный стандарт» (таблица 5);
- схему международного стандарта;
- заполненную «Таблицу соответствия» (таблица 6);
- ответы на вопросы.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Основные положения системы управления, эволюция теории качества, терминология, генезис категории качества. Качество и конкурентоспособность продукции.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Темы рефератов

1. Эволюция взглядов на качество
2. Пирамида качества
3. Предприятия, успешно применяющие тотальный менеджмент качества

Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разраба-
-------	--

	тывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
--	--

Темы рефератов

1. Применение методики структурирование функции качества
2. Применение методики анализ видов, причин и последствий потенциальных от-казов на предприятии
3. Функции службы обеспечения качества

Тема 4. Стандартизация и сертификация как элементы обеспечения качества и конкурентоспособности

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабаты-вать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятель-ности и организаций
-------	---

Темы рефератов

1. Механизм обеспечения прав потребителей и ответственность изготовителей при обеспечении качества
2. Анализ деятельности федеральных органов исполнительной власти в контроле качества и безопасности товаров, услуг.
3. Особенности и значение добровольной сертификации

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна.	Представляемая информация систематизирована и последовательна.	Представляемая информация систематизирована, последовательна

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
	профессиональные термины	Использован 1-2 профессиональных термина	Использовано более 2 профессиональных терминов	и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;

Критерии	Показатели
	- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение кейсов

Тема 2. Функции и принципы управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Пример кейса.

Предприятие производит три вида продукции: А, В, С. На стадии проектирования сложного технического изделия А решается вопрос об объеме и уровне детализации технического описания.

Предположим, разработка подробных инструкций по обслуживанию будет стоить 25 у.е. плюс издание для каждого комплекта оборудования — еще 10 у.е. Причем наличие или отсутствие инструкций никак не отразится на цене продажи (10 у.е.), так как гарантийные обязательства включают обслуживание с выездом к заказчику, т.е. потребитель не будет интересоваться сопроводительной документацией из-за уверенности в технической

поддержке. Сервисный отдел предприятия работает по окладному принципу, и расходы на его содержание составляют 50 у.е. в месяц.

Средняя стоимость одного вызова составляет 400 у.е. (средние транспортные расходы плюс почасовая ставка персонала, умноженная на среднее время вызова), среднее количество вызовов — 100 в месяц, и они распределены следующим образом: изделие А (выпуск без инструкции по обслуживанию) — 60; изделие В и С — по 20 каждое (снабжены инструкциями).

Из опыта производства и обслуживания изделий В и С следует, что в результате выпуска инструкций по эксплуатации количество вызовов снизится с 60 до 20 в месяц.

Обоснуйте, следует ли выпускать инструкции по обслуживанию изделий.

Тема 3. Контроль качества в системах управления качеством

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Пример кейса.

Выберите организацию и проведите самооценку качества ее функционирования на основе нижеследующих рекомендаций.

Оценка качества функционирования организации происходит по девяти критериям, каждый из которых имеет собственный «вес»: 1) Руководство - 10 усл. ед.; 2) Политика и стратегия - 8 усл. ед.; 3) Управление людьми - 9 усл. ед.; 4) Ресусы - 9 усл. ед.; 5) Процессы - 14 усл. ед.; 6) Удовлетворение заказчиков - 20 усл. ед.; 7) Удовлетворенность персонала - 9 усл. ед.; 8) Влияние на общество - 6 усл. ед.; 9) Результаты бизнеса — 15 усл. ед.

Каждый критерий анализируется по десяти индивидуальным показателям, которые могут принимать значения в баллах от 0 до 1. Для подсчета итогового результата по каждому критерию складывают баллы показателей каждого из них и умножают на его удельный вес. Оценка качества функционирования организации в целом осуществляется путем суммирования результатов девяти критериев.

Представление относительной важности проблем/резервов повышения качества функционирования организации с целью выбора «стартовой» точки для их реализации осуществляется при помощи диаграмм Парето. Для их построения используют резервы, найденные при помощи первоначальной самооценки критериев менеджмента качества.

В дальнейшем разрабатывается программа сценарных деревьев целей реализации резервов повышения качества организации на основе причинно-следственной диаграммы Исикавы.

Каждый показатель в соответствии с Европейской премией качества может принимать следующие значения в баллах: 0,00 балла — не предпринято никаких действий по разработке или внедрению плана мероприятий, связанных с реализацией данного показателя; 0,25 балла — разработан метод решения задачи и начата его реализация; имеются определенные доказательства, что благодаря методу достигнут желаемый эффект; 0,50 балла — метод внедрен приблизительно в половине подразделений, негативные тенденции при этом выявлены и понятны; 0,75 балла — достижение поставленных целей в

большинстве областей благодаря систематическому применению новых методов и подходов; 1,00 балл — метод утвержден, постоянно анализируется его применение, он стал составной частью регулярной деятельности.

Анкета самооценки деятельности в области управления качеством

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
1.Руководство		
1	Руководители доступны, посещают рабочие места персонала, хорошо взаимодействуют со своими подчиненными, выслушивают их. Широко применяются специальные группы для решения проблем, они работают эффективно. Между группой и руководителем поддерживается двусторонняя связь	
2	Руководители осознали важность метода TQM (всеобщее руководство качеством) и свою роль лидера в этом процессе. Работа по повышению квалификации начинается с самих руководителей, которые широко применяют соответствующие методы в своей повседневной деятельности	
3	Руководители стараются действовать на основе анализа их собственного поведения как руководителя. Имеются заметные изменения в поведении, являющиеся следствием реакции на результат анализа	
4	Руководители демонстрируют свои обязанности в области TQM путем анализа своих достижений и действий на основе полученных результатов	
5	Руководители включены в процесс оценки того, как служащие осознали метод TQM, участвуя в диагностических мероприятиях, семинарах, а также проводя регулярно анализ состояния дел совместно с подчиненными	
6	Оценка и поддержка деятельности в области TQM включены в обязательства руководителей и являются составной частью процесса TQM	
7	Руководители обеспечивают поддержку и признание деятельности групп и их успехов на всех уровнях (на рабочих местах, на участках, в отделении и в компании в целом)	
8	Руководители поддерживают систему TQM, выделяя соответствующие ресурсы, которые должны включать в том числе средства для подготовки групп по улучшению деятельности и для внедрения их рекомендаций, а также предусматривают средства для персонального повышения квалификации и образования	
9	Руководители регулярно встречаются с потребителями и поставщиками, участвуют в развитии партнерских отношений и создании совместных групп по улучшению деятельности	
10	Руководители активно поддерживают метод TQM вне организации путем участия в профессиональных объединениях, публикации статей и буклетов, выступлений на конференциях и среди местной общественности	
2. Политика и стратегия		
1	Имеется заявление о миссии организации, включающее тезис о значимости поддержки деятельности в области качества и/или принципы поддержки, а также стратегию бизнеса	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
2	Содержание п. 1 имеет непосредственную связь с концепцией TQM	
3	Существуют процедуры, позволяющие учитывать мнение сотрудников при формировании политики и стратегии организации (например, проведение опросов, презентация политики и т. п.), есть процедуры сбора мнений сотрудников о путях улучшения деятельности	
4	Существуют процедуры, позволяющие учитывать мнение заказчиков, поставщиков, регулирующих и полномочных органов, а также общественности при формировании политики и стратегии	
5	Имеются эффективные процедуры распространения информации о политике и стратегии организации (включая, например, презентацию соответствующих документов на брифингах и семинарах). Имеется положительная реакция на эти мероприятия. Способы распространения выбираются и приспособляются в зависимости от соответствующего уровня подразделения, обеспечен свободный доступ к соответствующей документации	
6	Регулярно проводится анализ стратегических бизнес-планов на основе информации руководителей, результатов бизнеса, а также обратной связи от потребителей, поставщиков, регулирующих органов, местной общественности, прессы и других компаний	
7	Политика и стратегия формируют основу бизнес-планов по специальной системе, обеспечивающей этот процесс. Планы регулярно проверяются на предмет их соответствия политике организации	
8	Как результат действий по п. 6 определяются и вводятся улучшения в политику и стратегию, обеспечивая тем самым более тесную связь с задачами бизнеса	
9	Процесс разработки политики и стратегии сопоставляется с уровнем достижений конкурентов и других первоклассных фирм	
10	Миссия и бизнес-политика охватывают все направления деятельности и весь персонал. Политика определяет деятельность, служащие осознают важность заявления о политике, которая является для них мотивационным фактором	
3. Управление людьми		
1	Обеспечена связь снизу вверх и сверху вниз между отдельными сотрудниками, отделами и подразделениями путем регулярного проведения двусторонних встреч, дискуссий и других методов	
2	Эффективность этих взаимосвязей регулярно оценивается и сопоставляется с лучшей мировой практикой, процесс взаимосвязи постоянно улучшается	
3	Стратегический план обеспечения организации кадрами направлен на поддержку политики и стратегии компании. Предусмотрены процедуры, обеспечивающие уверенность в том, что все необходимые для фирмы структуры созданы и потребности в кадрах точно определены	
4	Профессиональные возможности работников определены и сопоставлены с потребностями. Прием на работу и подготовка кадров осуществляются в	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
	соответствии с этими потребностями. Отдаленные потребности в квалифицированных работниках оцениваются на основе перспективного стратегического планирования	
5	Разработан и реализован план первичной подготовки и обучения. План дальнейшей подготовки и повышения квалификации разработан на основе потребностей в кадрах и внедрен	
6	Эффективность подготовки кадров анализируется путем проведения после курсовых экзаменов, годовых аттестаций анализа степени удовлетворенности заказчика и регулярно сопоставляется с потребностями фирмы	
7	Задачи и цели каждого работника обсуждаются с ним (или с группами работников) путем переговоров. Соответствие деятельности этим целям и задачам постоянно анализируется. Аттестация работников эффективна	
8	Любой сотрудник участвует в деятельности по непрерывному улучшению путем внесения предложений, участия в работе групп по улучшению деятельности, внутрифирменных совещаниях и собраниях, в рабочих группах совместно с потребителями/поставщиками	
9	Сотрудникам предоставлено право действовать. Есть много доказательств существования групп по улучшению деятельности и внедрению рекомендаций членов этих групп. Имеется план, в соответствии с которым ускоряется процесс передачи полномочий на места	
10	Процесс управления людскими ресурсами анализируется и улучшается на основе мнений контролеров и итогов регулярных аттестаций. Такие показатели, как уровень пенсионного обеспечения, условия труда, безопасность и т. п. сопоставляются с наивысшими мировыми стандартами и есть доказательства того, что на основе этих сопоставлений происходит их непрерывное улучшение	
4. Ресурсы		
1	Финансовая стратегия отражает принципы TQM, в том числе предложения об основных расходах учитывают влияние, которое они могут иметь на удовлетворение заказчиков. В бюджете учтены затраты, направленные на предотвращение дефектов, проведение контроля и брак	
2	Имеются финансовые планы, приоритеты которых соответствуют политике и целям организации и включают анализ рисков с точки зрения их влияния на финансовые потоки, создание страховых резервов и т.п. деятельность по выполнению планов постоянно анализируется и улучшается	
3	Деятельность сфокусирована на увеличении прибыльности акций посредством инициатив, направленных на снижение текущих и капитальных составляющих затрат	
4	Информационная система управляется и координируется так, чтобы иметь достаточный охват и минимизировать число актов ввода информации. Информационная система постоянно анализируется, деятельность по сбору информации совершенствуется. Эти улучшения охватывают также информацию, предназначенную для потребителей, поставщиков и населения	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
5	Информационная система удовлетворяет требованиям международных стандартов. Данные по качеству регистрируются и существуют специальные процедуры анализа этой информации. Есть специальная система, обеспечивающая гибкость, интегрирование и защиту информации. Существуют процедуры, обеспечивающие возможность сравнения информационной системы с лучшими аналогами	
6	Осуществляется управление материальными ресурсами и деятельностью поставщиков посредством применения системы отбора поставщиков и отчетов об их деятельности. Поставщики привлечены к совместной деятельности по снижению брака и разработке новых видов продукции и процессов	
7	Отходы материалов минимизируются благодаря их постоянному учету и сопоставлению с нормами. Уровень отходов сопоставим с лучшими достижениями. Деятельность по улучшению направлена на снижение отходов	
8	Складские запасы минимизируются благодаря применению метода поставок «точно вовремя». Есть доказательства оптимизации постоянных активов путем своевременного перераспределения ресурсов, организации сменной работы и т. п.	
9	Существует эффективная процедура выявления и анализа альтернативных и предполагаемых технологий, которые могут иметь влияние на бизнес. Есть доказательства того, что применяемая технология давала в недавнем прошлом преимущества перед другими конкурентами. Технология является составной частью деятельности по улучшению процесса и информационных систем. Интеллектуальная собственность защищена и используется	
10	Повышение профессионального мастерства и способностей персонала соответствует новым технологиям. Служащие проходят специальную подготовку в области новых технологий для того, чтобы быть способными обеспечить внедрение новой продукции или процессов. Уровень мастерства и технологические процессы являются передовыми	
5. Процессы		
1	Ключевые бизнес-процессы определяются и развиваются исходя из целей организации	
2	Влияние этих процессов на бизнес постоянно анализируется на всех уровнях. Смежные проблемы решаются посредством регулярных совещаний	
3	Внутренние процессы точно установлены и определены в соответствующих рабочих инструкциях. Внутри организации точно определены внутренние потребители и поставщики, для улучшения взаимодействия между ними используются специальные группы	
4	Внутри организации систематически проводится работа по улучшению процессов путем внедрения систем качества, удовлетворяющих международным стандартам	
5	Стандарты на процессы точно определены, и на всех соответствующих уровнях проводится оценка деятельности на соответствие этим стандартам	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
6	При разработке стандартов и задач используется обратная связь от потребителей и поставщиков, например, посредством использования информации об удовлетворении потребителя	
7	Задачи текущей деятельности соотносятся с предшествующими достижениями, и каждая такая задача для каждого ключевого процесса, как минимум, ежегодно пересматривается	
8	Для стимулирования творчества и нововведений применяется процесс обучения и подготовки персонала. Существует четкая система поддержки новых идей на всех уровнях и доказательства того, что улучшение продукции и процессов является следствием внедрения и предложений сотрудников	
9	Новые или измененные процессы опробованы, и их внедрение контролируется. Широкое распространение получил пятистадийный метод реализации проектов по усовершенствованию. Все новации доведены до сведения персонала, который прошел соответствующую подготовку до проведения изменений	
10	Все изменения в процессах должны проверяться для обеспечения уверенности в том, что желаемые результаты достигнуты. Это осуществляется путем аудиторских проверок и регулярного анализа со стороны руководителей. Результаты, не подтверждающие ожидания, становятся причиной для проведения тщательного анализа и принятия корректирующих действий	
6. Удовлетворение заказчиков		
1	Существует система (например, надзор, регулярные встречи), позволяющая установить требования заказчика и определить степень их удовлетворения	
2	Организован сбор информации по оценке степени удовлетворенности заказчика (например, опрос заказчиков, их жалобы) и состояния дел с поставками	
3	Подробная информация, относящаяся к потребителю, предоставляется всем соответствующим сотрудникам, постоянно анализируется и используется в управленческой деятельности	
4	Все служащие понимают важность уровня удовлетворения заказчика и значимость вклада каждого из них для повышения этого уровня	
5	Установлены цели деятельности, которые непосредственно связаны с повышением степени удовлетворенности заказчика	
6	Деятельность регулярно оценивается с точки зрения достижения поставленных целей. Анализ показывает положительные тенденции в течение последних 3 лет	
7	Постоянно осуществляется сравнение с первоклассными компаниями (где это возможно) и с другими конкурентами, и определяются важные для организации подходы	
8	Степень удовлетворения потребителей достигла запланированного уровня, и определены новые, более высокие уровни во всех направлениях, являю-	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
	щихся важными для потребителей	
9	В течение последних 3 лет степень удовлетворения потребителей демонстрирует свой рост и достижение поставленных целей. Улучшения связаны с политикой и стратегией	
10	Результаты удовлетворения заказчиков систематически анализируются и улучшаются с учетом их изменяющихся потребностей	
7. Удовлетворенность персонала		
1	Существует система, позволяющая оценивать степень удовлетворенности сотрудников, включая ежегодные обзоры по вопросам общего социального климата, взаимоотношений, условий труда, стиля руководства, повышения квалификации, возможности продвижения по службе и т. д.	
2	Система оценки степени удовлетворенности сотрудников дополнена доверительными (конфиденциальными) встречами с ними	
3	Выявлены ключевые составляющие, определяющие степень удовлетворенности персонала, которые постоянно оцениваются с помощью методов, описанных в пп. 1 и 2. Эти составляющие определяются на основе их влияния на общие результаты деятельности	
4	Закрепление ключевых сотрудников контролируется и оценивается положительно. Уровень прогулов минимален	
5	Результаты применения методов, повышающих степень удовлетворенности персонала, анализируются внутри подразделений, публикуются и показывают тенденцию к улучшению	
6	Внутренние жалобы сотрудников учитываются, анализируются и имеют тенденцию к снижению в течение последних трех лет. Существуют доказательства того, что сотрудники ощущают свою значимость и их вклад в общее дело признан	
7	Существует активная поддержка и предоставляются соответствующие полномочия сотрудникам для работы в составе групп улучшения, что является одной из составляющих их удовлетворенности	
8	Итоги деятельности по повышению удовлетворенности персонала из года в год имеют положительную тенденцию, поставленные цели достигнуты. Эти достижения напрямую связаны с политикой и стратегией	
9	Сравнение с показателями первоклассных фирм показывает приемлемый уровень удовлетворенности персонала	
10	Степень удовлетворенности персонала систематически анализируется, оценивается и повышается с учетом изменяющихся потребностей у сотрудников	
8. Влияние на общество		
1	Существует системный подход к оценке влияния производств фирмы на окружающую среду и экологию вне производственной территории с точки зрения выбросов, шума, сохранения ландшафта и местных достопримечательностей	
2	Существует системный подход к безопасному применению, хранению и	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
	удалению продуктов/материалов	
3	Существует системный подход к учету, анализу, и имеются улучшения в применении энергии, природного сырья, а также в повторном использовании материалов	
4	Применяются такие дополнительные показатели оценки деятельности, как жалобы населения, аварии, влияющие на безопасность, полученные премии, а также влияние на уровень занятости населения	
5	Существуют методы, обеспечивающие обратную связь от общественности, проживающей вокруг фирмы. Эта информация анализируется и соответствующим образом учитывается при определении задач деятельности	
6	На основе информации, полученной в результате мероприятий, указанных в пп. 1—3 и 5, предпринимаются там, где это возможно, соответствующие действия по улучшению	
7	Осуществляются мероприятия по поддержке местных жителей за счет участия организации в реализации местных проектов, помощи школам и колледжам (например, учреждение премии за учебу и предоставление возможностей прохождения производственной практики), благотворительности в области медицины, спорта, досуга	
8	Проводятся мероприятия по поддержке местных технических обществ за счет предоставления возможностей в проведении различных исследований на базе оборудования и установок, имеющихся на фирме	
9	Итоги деятельности по пп. 1—4, 6—8 показывают улучшения. Эти улучшения можно напрямую связать с политикой и стратегией	
10	Результаты влияния на общество систематически оцениваются, анализируются и улучшаются с учетом улучшающихся условий. Все результаты сопоставимы с наилучшими показателями других фирм и демонстрируют положительную тенденцию	
9. Результаты бизнеса		
1	Для каждого подразделения определены ключевые финансовые показатели и показатели деятельности. Они должны включать соотношение «затраты-прибыль», финансовые потоки, распределение рынка, производительность, сверхплановые затраты, управление активами, индекс акций	
2	Определены также показатели деятельности, не относящиеся к финансовой сфере. Они должны включать меры по снижению отходов, уменьшению общего времени производственного цикла, по повышению уровня удовлетворения потребителей, уровня культуры на производстве и т. д.	
3	Для всех ключевых показателей определены цели, которые напрямую связаны с политикой и стратегией подразделений и отражают непрерывное улучшение	
4	На местах разработаны планы деятельности подразделений по достижению целей бизнеса. Эти планы, где это возможно, трансформированы в цели и задачи отдельных сотрудников	
5	Фактическое положение дел регулярно анализируется с точки зрения дос-	

№ п/п	Показатель	Оценка, баллов
	достижения поставленных целей, и результаты анализа доводятся до сведения всех работников	
6	Все тенденции в деятельности компании хорошо понятны персоналу. Составлены и реализуются планы по достижению поставленных целей	
7	Для сравнения целей и задач внутри фирмы применяется метод сопоставления аналогичных показателей среди различных подразделений	
8	Имеются доказательства непрерывного улучшения во всех ключевых направлениях, и они могут быть напрямую связаны с политикой и стратегией	
9	Результаты бизнеса систематически анализируются и улучшаются, так же как и эффективность применяемых мер	
10	Результаты оказываются удовлетворительными в сравнении с результатами конкурентов и первоклассных компаний	

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для

Оценка	Критерии оценивания
	решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»**, **«не зачтено»**.

Проверяемые компетенции:

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
-------	---

Вопросы к зачету:

1. Экономическое содержание категории качества.
2. Конкурентоспособность, составляющие элементы и факторы ее определяющие.
3. Оценка качества и технического уровня продукции.
4. Задачи и методы квалиметрии.
5. Методы менеджмента качества инновационной продукции.
6. Понятие, принципы, структура, документация, проверка системы менеджмента качества.
7. Опыт системного менеджмента качества на отечественных предприятиях
8. Международные стандарты ИСО 9000 их новые версии
9. Системы качества и маркетинг.
10. Классификация, виды, методы и средства контроля качества инновационных бизнес-систем.
11. Понятие «обеспечение качества инноваций»
12. Понятие, роль, принципы стандартизации.
13. Виды и содержание стандартов, их требования.
14. Объекты стандартизации.
15. Органы системы стандартизации
16. Сущность сертификации и ее разновидности.
17. Порядок проведения сертификации продукции.
18. Организационно-технические основы метрологического обеспечения.

19. Основные виды метрологической деятельности.
20. Метрологическая служба
21. Законодательно-правовое обеспечение качества продукции
22. Понятие качества. Качество, свойства, их потребность, взаимосвязь.
23. Качество и научно-технический прогресс.
24. Конкурентоспособность, составляющие элементы и факторы ее определяющие.
25. Показатели качества продукции, классификация, система, взаимосвязь.
26. Номенклатура групп единичных показателей качества, их характеристика.
27. Показатели надежности продукции.
28. Эргономические показатели качества продукции.
29. Стадии формирования качества продукции.
30. Уровень качества продукции, оценка уровня качества продукции.
31. Методы оценки уровня качества продукции.
32. Этапы оценки уровня качества продукции.
33. Выбор базовых образцов.
34. Методика оценки конкурентоспособности продукции.
35. Методы и задачи квалиметрии.
36. Цели менеджмента качества продукции на различных стадиях ЖЦП.
37. Факторы и условия обеспечения качества инновационной продукции.
38. Принципы технического регулирования.
39. Комплекс ИСО серии 9000, состав, содержание.
40. Совершенствование систем менеджмента качества продукции на основе международных стандартов ИСО серии 9000.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«**Зачтено**» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«**Не зачтено**» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, решение кейсов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

У 677

Управление качеством [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов/ Ю. Т. Шестопап [и др.]. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 329, [1] с.: ил., табл.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 324-326 (35 назв.). - Лицензия до 23.06.2020 г.. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-16-003321-1: 15100.00, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Управление качеством: учебник, Леонов О. А., Темасова Г. Н., Вергазова Ю. Г. - Управление качеством, Приобрести в личное пользование, Леонов О. А., Темасова Г. Н., Вергазова Ю. Г., Издательство Издательство "Лань", ISBN 978-5-8114-2921-9, Год 2020, Издание 4-е изд., стер. Страниц 180, <https://e.lanbook.com/book>

7.2. Дополнительная учебная литература

Управление качеством: учебное пособие, Скрыбина О. В., Рябкова Д. С., Управление качеством, Скрыбина О. В., Рябкова Д. С. Издательство Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина ISBN 978-5-89764-861-0, Год 2020, Страниц 95, <https://e.lanbook.com/book>

Системы менеджмента качества: Учебное пособие по дисциплине «Управление качеством» для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент, Борисова Т.

А., Дмитриев В. Я. - Системы менеджмента качества, Борисова Т. А., Дмитриев В. Я., Издательство, Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, ISBN, 978-5-94047-049-6, Год 2017, Страниц 168, <https://e.lanbook.com/book/144174>.

Управление качеством: Учебное пособие, Долженко Е. Н., Управление качеством- Долженко Е. Н., Издательство Норильский государственный индустриальный институт, ISBN 978-5-89009-717-0, Год 202, Страниц 100, <https://e.lanbook.com>

7.3. Нормативные документы

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-плюс».
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2001 Системы менеджмента качества. Требования.– Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-плюс».
3. ГОСТ Р ИСО 9004-2001 Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности.- Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-плюс».
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.92 (в ред. от 09.01.96 № 2-ФЗ)
5. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»
6. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг» № 5151-1 от 10.06.93
7. Закон РФ «О техническом регулировании»
8. Закон РФ «Об обеспечении единства измерений» № 4871-1 от 27.04.93

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и ма-

териал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

- уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.
- глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;
- демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;
- использование дополнительных источников информации для решения кейса;
- выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса,

темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссыпки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит ре-

шить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:

- составьте список того, что вам предстоит сделать;
- расположите дела в порядке очередности их выполнения;
- составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


« 03 » 2021 г.

Л.В. Пурыжова
2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Менеджмент»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Менеджмент».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	13
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	15
6.3.1 Решение кейсов.....	15
6.3.2 Тестовые задания.....	23
6.3.3 Тематика курсовых работ.....	25
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине.....	28
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	31
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	31
7.1. Основная учебная литература.....	31
7.2. Дополнительная учебная литература.....	32
7.3. Нормативные документы.....	32
7.4. Для самостоятельной работы.....	32
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	33
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	34
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	35
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	35

Наименование дисциплины (модуля)

«Менеджмент»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Менеджмент» является усвоение студентами важнейших понятий и закономерностей менеджмента, ознакомление с основными концепциями и современными подходами в теории менеджмента, овладение основными умениями и навыками, необходимыми для использования полученных знаний в практической управленческой деятельности.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">– особенности внутриорганизационной групповой динамики, механизмов командообразования, способы коммуникаций, механизмы управления конфликтами, стили руководства,	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Уметь: <ul style="list-style-type: none">– осуществлять критический анализ коммуникационных процессов в организации и разрабатывать предложения, направленные на повышение их эффективности– эффективно применять инструменты и методы командного взаимодействия с точки зрения решения различных управленческих задач, стоящих перед организацией		
Владеть: <ul style="list-style-type: none">– навыками деловых коммуникаций– современными методами, механизмами, технологиями эффективного командообразования в организации, а также групповой динамики		
Знать: <ul style="list-style-type: none">– функции менеджмента, в т.ч. принципы целеполагания, особенности организационного планирования; методы стратегического анализа; основы организационного проектирования; механизмы внутриорганизационного контроля; систему мотивации внутри организации	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь: <ul style="list-style-type: none">– определять цели и задачи управления организацией;– исследовать внутреннюю и внешнюю организационную среду и оценивать влияние ее факторов на управленческие ситуации и процессы внутри организации		
Владеть: <ul style="list-style-type: none">– современным инструментарием исследования деятельности организации, в т.ч. ее внешней среды;– инструментами и методами реализации основополагающих функций менеджмента;– различными методами управления организациями различного типа		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Менеджмент» представляет собой дисциплину обязательной части профессионального цикла (Б1.О.08) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-3		Менеджмент	Кросскультурный менеджмент Выполнение выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	Экономическая теория Микроэкономика Макроэкономика	Менеджмент	Финансовый анализ Банковские операции Финансовый менеджмент Маркетинговые коммуникации Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на _____1____ курсе в _____2____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,35
Часов аудиторных занятий, всего	84,35
Самостоятельная работа	131,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА								
Тема 1. Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.	15,5	2	4	2	6	1,5		
Тема 2. Основные этапы становления и методология современного менеджмента.	15,5	2	4	2	6	1,5		
Тема 3. Организация как объект	15,5	2	4	2	6	1,5		

менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.									
Тема 4. Коммуникационный процесс в организации.	19,5	4	4	4	6	1,5			
Тема 5. Принятие решений в процессе управления организацией.	15,5	2	4	2	6	1,5			
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА									
Тема 6. Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.	15,5	2	4	2	6	1,5			
Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента.	17,5	4	4	2	6	1,5			
Тема 8. Мотивация деятельности в менеджменте.	15,5	2	4	2	6	1,5			
Тема 9. Регулирование и контроль в системе менеджмента.	17,5	2	4	4	6	1,5			
РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА									
Тема 10. Управление человеком и управление группой.	20,5	4	4	4	7	1,5			
Тема 11. Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие.	15,5	2	4	2	6	1,5			
Тема 12. Управление конфликтами в организации.	15,5	2	4	2	6	1,5			
Тема 13. Управление организационными изменениями.	16	2	4	2	6	2			
Итого	216	32	52	32	79	20	0,35		0,65
Контактная работа	84,35	32		32		20	0,35		
Самостоятельная работа	131,65		52		79				0,65
Промежуточная аттестация	Курсовая работа, экзамен								

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		
1.	Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.	Цели, задачи и содержание курса «Менеджмент». Общая теория управления. Закономерности управления различными системами. Управление социально-экономическими системами (организациями). Менеджмент: вид деятельности и система управления. Основные этапы становления современного менеджмента. Опыт менеджмента за рубежом: особенности европейской, американской, японской систем менеджмента. Роль и значение менеджмента в современных условиях России. Сущность деятельности менеджера. Личность менеджера и ее значение в эффективном управлении. Основные характеристики, присущие современному менеджеру. Факторы, формирующие личность менеджера.
2.	Основные этапы становления и методология современного менеджмента.	Основные школы менеджмента: научного управления, административная школа, человеческих отношений и поведенческих наук, количественных методов. Методологические основы менеджмента. Процессный, системный и ситуационный подходы.
3.	Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.	Условия эффективного функционирования и развития организаций. Характеристика организации как сложной социально-экономической системы. Классификация организаций. Инфраструктура менеджмента. Внутренние переменные организации. Взаимодействие внутренних переменных (цели, задачи, структура, технологии, люди, информация). Внешняя среда предприятия. Структура и характеристики внешней среды. Организация взаимодействия предприятия и внешней среды. Среда прямого воздействия. Среда косвенного воздействия. Международное окружение.
4.	Коммуникационный процесс в организации.	Понятие и значение информации. Коммуникации. Коммуникационный процесс. Межличностные коммуникации: преграды и пути их преодоления. Организационные коммуникации: преграды и пути их преодоления.

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
		Информационное обеспечение функций менеджмента.
5.	Принятие решений в процессе управления организацией.	Понятие и сущность управленческого решения (УР). Требования к УР. Классификация УР. Моделирование ситуаций и разработка решений. Факторы, влияющие на эффективность и качество УР. Процесс принятия УР.
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА		
6.	Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.	Природа и состав функций менеджмента. Управление и планирование. Разновидности планирования и типы планов. Эффективность планирования. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Процесс разработки стратегических планов. Методы и инструменты реализации стратегических планов. Оценка реализации стратегического плана. Стратегический анализ в менеджменте.
7.	Организационные отношения в системе менеджмента.	Формы организации системы менеджмента. Понятие организации и ее функции. Факторы, определяющие организационную структуру. Делегирование полномочий и ответственности. Специализация и разделение управленческого труда, нормы управляемости, департаментизация, централизация и децентрализация в управлении. Виды организационных структур, характеристика их особенностей. Принципы формирования организационных структур. Организационное проектирование.
8.	Мотивация деятельности в менеджменте.	Понятие мотивации. Потребности и вознаграждения как базовые понятия современных теорий мотивации. Общие подходы к проблеме мотивации работников. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Современные проблемы мотивации наемных работников. Создание системы мотивации труда.
9.	Регулирование и контроль в системе менеджмента.	Необходимость и значение регулирования в системе менеджмента. Необходимость контроля и его виды. Процесс контроля, его элементы, стадии. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля.
РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА		
10.	Управление человеком и управление группой.	Сущность малая группа. Неформальная группа как система отношений между людьми. Комитеты: необходимость и роль в организации. Формирование групп в процессе функционирования организаций. Основные характеристики неформальных организаций и их роль в системе менеджмента. Обеспечение эффективного взаимодействия формальных и неформальных групп.
11.	Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие.	Руководство: власть и партнерство. Основные формы власти и влияния. Эффективное использование влияния. Стиль менеджмента и имидж (образ) менеджера. Стиль, диктуемый стремлением к лидерству, власти, должности. Стиль, опирающийся на человеческий фактор. Стиль, определяемый ситуацией. Теории лидерства.
12.	Управление конфликтами в организации.	Природа и причины конфликта. Функции конфликта. Модель процесса конфликта. Классификация конфликтов. Типы поведения в конфликтных ситуациях. Управление конфликтной ситуацией. Структурные и межличностные методы разрешения конфликтов. Управление изменениями в менеджменте. Психология менеджмента.
13.	Управление организационными изменениями.	Организационное развитие. Управление изменениями. Типы изменений. Понятие обучающих организаций.

4.2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		
1.	Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.	Какова сфера применения термина «управление»? Каково определение менеджмента? Каково значение менеджмента как вида деятельности? Каково значение менеджмента как науки? Каких великих менеджеров в теории и практике можно назвать? Какие вы знаете подходы к менеджменту? Определите сущность новой управленческой парадигмы в мире и в России.
2.	Основные этапы становления и	В чем заключается сущность концепции Ф. Тейлора? Какой вклад в развитие менеджмента внесли супруги Фрэнк и Лилиан Гилбрет? Какие 12 принципов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	методология современного менеджмента.	производительности труда сформулированы Г. Эмерсоном? В чем состоят основные положения фордизма? Каков анализ основных недостатков и достоинств тейлоризма? Какое влияние оказала школа научного управления на формирование современного менеджмента? Какова характеристика административной (классической) школы менеджмента? Как раскрываются понятия «человеческие отношения» и «бихевиоризм»? Что представляет собой школа поведенческих наук? Чем характеризуется процессный, системный и ситуационный подходы в менеджменте? Какие основные этапы развития науки управления в дореволюционной России?
3.	Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.	Что такое организация? Когда деятельность организации можно считать успешной? В чем заключаются различия между горизонтальным и вертикальным разделением труда? Как организации взаимодействуют с внешней средой? Для чего необходимо управление в организации? Каковы определения эффективности, производительности? Какие основные внутренние переменные организации следует учитывать руководству? Что такое цели? Какие цели бывают у организации? Какова взаимосвязь структуры организации и разделения труда в ней? Какое влияние специализация задач оказывает на производительность труда? Какие крупные перемены в технологии оказали существенное влияние на управление? Каковы определения таких понятий, как «потребности», «способности», «восприятие», и их влияние на поведение людей? Каковы компоненты социотехнической подсистемы организации? Почему руководство обязано осознавать взаимосвязь внутренних переменных? Какими свойствами обладает организация как объект управления? Какими свойствами характеризуется организация как система? Что такое внешняя среда организации и каков состав ее элементов? Приведите характеристику внешней среды организации.
4.	Коммуникационный процесс в организации.	Что такое коммуникация? Какова роль коммуникаций в управлении? Какие существуют модели коммуникаций? Какие этапы осуществляются в коммуникационном процессе? Почему обратная связь так важна в коммуникациях? Чем вызваны трудности в восходящих и нисходящих потоках? Какие методы межличностных коммуникаций известны? Какие существуют коммуникационные стили и роли? Какие коммуникационные барьеры препятствуют межличностным коммуникациям? В каких формах осуществляются организационные коммуникации? Какие существуют способы улучшения организационных коммуникаций? Какие отличительные характеристики имеет неформальная коммуникация? Что представляют собой коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика? Какова роль коммуникационных стратегий? Как формируется коммуникативное пространство организации? Какие коммуникационные сети более эффективны?
5.	Принятие решений в процессе управления организацией.	Какие процедуры входят в состав разработки и реализации управленческого решения? Что входит в состав процедур разработки управленческого решения? Что входит в состав процедур согласования управленческого решения? Какова цель психологических методов при разработке управленческого решения? Какие функции выполняют специалисты, эксперты и консультанты при разработке и реализации решений? Каково определение термина «управленческое решение»? Каково содержание управленческого решения как процесса и как явления? Какова обобщенная схема процесса разработки управленческого решения? Какова классификация управленческих решений? Каковы определения понятий «неопределенность» и «риск»? Каковы названия основных методов разработки управленческого решения? Перечислите их. Каковы определения терминов «качество», «качество продукции», «качество управленческих решений»? Каково определение термина «эффективность управленческого решения»? Что такое организационная, социальная и экономическая эффективность управленческого решения? Каков механизм оценки экономической эффективности управленческого решения?
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА		
6.	Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.	Что такое планирование? Для чего оно необходимо? Какие виды планирования вы знаете? Из каких этапов состоит функция планирования? Каких принципов нужно придерживаться, осуществляя планирование? Что такое стратегическое планирование? Чем стратегическое планирование отличается от долгосрочного? Из каких этапов состоит стратегическое планирование? Что такое миссия организации? Какие элементы она может включать? Какие цели может ставить перед собой организация? Какие факторы оценивают при анализе внешней среды и при анализе внутренней среды? Какими методами анализа при этом пользуются? Какие основные

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		стратегии действий предприятия вы знаете? Из каких процедур состоит тактическое планирование? В чем заключается управление по целям? Как следует оценивать стратегический план? Какова практика применения инструментов и методов стратегического анализа.
7.	Организационные отношения в системе менеджмента.	В чем заключается функция организации? Что такое делегирование полномочий? Для чего оно необходимо? Какие виды полномочий вы знаете? Какие причины могут препятствовать эффективному делегированию полномочий? Каковы основные характеристики организационной структуры? Какова последовательность проектирования организационной структуры управления? Какие элементы должны обязательно учитываться при проектировании организации? Какие факторы определяют ситуационный характер организационной структуры? Какая существует связь между структурой и стратегией, планами развития организации? Какие основные типы организационных структур выделяются и чем они отличаются друг от друга? Какова область применения различных структур, а также их достоинства и недостатки. Как формируются краткие определения линейной, функциональной и линейно-функциональной структур? Каковы отличия дивизиональной структуры от линейно-функциональной? В чем основной недостаток матричной структуры? В чем преимущества децентрализации? Какие методы проектирования и какие методы совершенствования структуры управления вы знаете?
8.	Мотивация деятельности в менеджменте.	Что такое мотивация? Какие теории мотивации вы знаете? Что представляет собой пирамида потребностей А. Маслоу? Что относится к факторам здоровой окружающей среды, а что - факторам мотивации в теории Ф. Герцберга? На чем основана теория ожиданий В. Врума? Какова основная мысль теории справедливости? Какая теория соединяет теорию ожиданий и теорию справедливости? Какие выводы для управления можно сделать, основываясь на существующих теориях мотивации? Сущность и особенности стимулирования персонала организации: современный взгляд.
9.	Регулирование и контроль в системе менеджмента.	Что такое контроль? Основные виды контроля. Из каких этапов состоит процедура контроля? Какими свойствами должен обладать контроль, чтобы быть эффективным?
РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА		
10.	Управление человеком и управление группой.	Каков уровень научного познания проблемы малой группы в отечественных и зарубежных исследованиях? Какие выводы из хоторнских экспериментов имеют значение для изучения групповой динамики? Какие виды формальных групп могут функционировать в организации? Проанализируйте их особенности. Перечислите позитивные и негативные аспекты функционирования неформальных групп. Сформулируйте различия между группой и командой. Приведите примеры команд из разных сфер общественной жизни. Какие способы психологического взаимовлияния вы знаете? В чем заключается влияние межгрупповых отношений в организации на эффективность ее деятельности? Какие способы формирования и поддержания эффективности деятельности групп вы знаете?
11.	Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие.	В чем заключается разница между лидерством и руководством? Что такое стиль управления и каковы его основные составляющие? Какие личностные качества необходимы менеджеру для эффективной работы? Сравните поведенческие и ситуационные теории руководства. В чем их сходство и различие? Какое воздействие на стиль руководства оказывает изменение внешней и внутренней среды организации? Приведите примеры. Какими методами и показателями можно оценить эффективность управленческих воздействий? Что такое власть? Как соотносятся между собой власть и влияние? В чем заключается специфика законной власти? Охарактеризуйте ее позитивное и негативное влияние на конкретных примерах. Сравните формы власти, основанные на принуждении и вознаграждении. Какая из них является наиболее распространенной в современных организациях и почему? В чем причина возрастания сегодня информационной власти? Обоснуйте свой ответ примерами из практики. В чем заключается концепция баланса власти между руководителями и подчиненными? Что такое харизма и как ею пользуется руководитель? Каково ваше мнение относительно роли личности в жизни общества? Как соотносится роль великой личности в истории и харизматического руководителя в бизнесе?
12.	Управление конфликтами в организации.	Что такое конфликт? Что лежит в его основе? Определите возможные последствия функционального конфликта. Выявите роль дисфункционального конфликта. Какие типы конфликтов Вам известны? Дайте им характеристику. Вспомните один или несколько их четырех типов конфликтов из Вашей жизни. Назовите и поясните

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		основные причины конфликтов. Опишите пять основных стилей отношений между людьми, используемые для разрешения конфликта. Назовите и поясните четыре фазы развития конфликта. Как Вы понимаете стресс? Представьте и поясните модель стрессовой реакции. Назовите причины стресса.
13.	Управление организационными изменениями.	Сущность и необходимость организационных изменений. Преодоление сопротивления организационным изменениям. Стратегии осуществления организационных изменений. Управление процессом организационных изменений. Механизм формирования команды для стратегических изменений в организации.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		
1.	Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.	Анализ организационных процессов организации с позиций общей теории систем. Какие профессиональные и личные качества работника определяют поведение человека в организации? Какие характеристики организации оказывают влияние на роль человека в организации? Как Вы относитесь к утверждению Бернарда Шоу о том, что золотое правило должно быть прочитано иначе: не делай другим того, что, по твоему мнению, они должны делать тебе. Их вкус может отличаться. Организация воспринимает человека (потенциального работника) на основании трех групп характеристик. Какая из них является наиболее важной с Вашей точки зрения: физические данные и профессиональные характеристики; социальные характеристики и партийная принадлежность; анкетные данные?
2.	Основные этапы становления и методология современного менеджмента.	Опыт менеджмента за рубежом: особенности европейской, американской, японской систем менеджмента. Роль и значение менеджмента в современных условиях России. Сущность деятельности менеджера. Личность менеджера и ее значение в эффективном управлении. Основные характеристики, присущие современному менеджеру. Факторы, формирующие личность менеджера. Основные школы менеджмента: научного управления, административная школа, человеческих отношений и поведенческих наук, количественных методов. Процессный, системный и ситуационный подходы.
3.	Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.	Условия эффективного функционирования и развития организаций. Характеристика организации как сложной социально-экономической системы. Классификация организаций. Сравнение старой и новой организации. Тектология Богданова. Понятие организаций. Условия возникновения организаций. Организация как процесс. Организационные цели. Понятие целей организации. Соотношение целей организации в целом и ее членов. Жизненный цикл организации. Признаки и свойства организации. Организация как объект управления. Понятие и сущность организации. Иерархия целей в организации. Централизация и децентрализация. Координация в организациях. Деловые организации. Союзные (общественные) организации. Ассоциативные организации. Поясните сущность и формы проявления законов организации: синергии, пропорциональности, самосохранения, развития. Взаимодействие внутренних переменных (цели, задачи, структура, технологии, люди, информация). Внешняя среда предприятия. Среда прямого воздействия. Среда косвенного воздействия. Международное окружение.
4.	Коммуникационный процесс в организации.	Коммуникации в организации. Коммуникации между организацией и ее средой. Межуровневые информационные коммуникации в организациях. Неформальные коммуникации. Коммуникационный процесс. Коммуникационные сети и стили. Межличностные коммуникации. Семантические барьеры и невербальные преграды. Значение обратной связи в организации межличностного обмена информацией. Методы преодоления коммуникационных барьеров. Анализ коммуникативных структур организации. Исследование и совершенствование коммуникативных связей в организации. Защита конфиденциальной информации в компаниях. Различия между формальной и неформальной коммуникацией в организациях. Коммуникационные качества менеджера. Особенности формализации властных и коммуникативных процедур в сравнении друг с другом. Распространенные в организациях структурные

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		образования коммуникативного типа. Недостатки протекания коммуникативных процессов в организациях. Понятие и значение информации и коммуникаций. Критерии требований к коммуникациям. Коммуникации и эффективность управления. Коммуникационный процесс. Типология коммуникаций.
5.	Принятие решений в процессе управления организацией.	Сущность процесса принятия решений. Нормативная и дескриптивная теории принятия решений. Классификация решений. Уровни принятия решений. Базовые схемы процесса принятия решений. Итеративный характер процесса принятия решений. Модели и методы принятия решений. Модели процесса принятия решений. Традиционно-стереотипные и инновационные методы. Роль руководителя в организации процесса подготовки, принятия и реализации управленческих решений. Качество и эффективность управленческих решений. Критерии эффективности управленческих решений.
Раздел 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА		
6.	Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.	Разновидности планирования и типы планов. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Процесс разработки стратегических планов. Методы и инструменты реализации стратегических планов. Оценка реализации стратегического плана. Разработка стратегии управления организационными процессами. Эффективность планирования. Стратегический менеджмент.
7.	Организационные отношения в системе менеджмента.	Делегирование полномочий и ответственности. Специализация и разделение управленческого труда, нормы управляемости, департаментализация, централизация и децентрализация в управлении. Изучение основных характеристик структуры организации. Исследование отношений власти и подчинения в организации. Совершенствование организационной структуры предприятия (промышленной, торговой фирмы и т.д.). Исследование технологической структуры в организации. Анализ межорганизационных отношений (на примерах различных сфер деятельности). Мультиструктурный анализ организационной системы (на примере конкретной крупной организации). Понятие структуры. Линейная, функциональная, линейно-функциональная (штабная) структуры. Дивизионная, матричная, проектная. Современные типы организационных структур. Организационное проектирование как основа организационного развития. Элементы и факторы организационного проектирования. Процесс реорганизации. Сущность и цели организационных преобразований. Оценка эффективности организационных структур. Перспективные формы организационных структур.
8.	Мотивация деятельности в менеджменте.	Потребности и вознаграждения как базовые понятия современных теорий мотивации. Современные проблемы мотивации наемных работников.
9.	Регулирование и контроль в системе менеджмента.	Сущность и смысл контроля (предупреждение возникновения кризисных ситуаций). Требования к организации контроля. Виды и методы контроля. Процесс контроля. Масштаб допустимых отклонений и принцип исключения. Сопоставление достигнутых результатов с установленными стандартами. Процесс регулирования. Внутрифирменный контроль: его формы и средства реализации. Система внутрифирменного учета и отчетности.
Раздел 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА		
10.	Управление человеком и управление группой.	Изучение социальной структуры и культуры организации. Совершенствование социальной структуры организации. Механизм формирования организационной культуры компании. Сопротивление нововведениям в организации. Механизм формирования эффекта синергии в организации. Соотношение организационной, технической и этической культур. Отношения власти и подчинения в организациях. Сравнительный анализ властных структур в государственных и негосударственных организациях. Разновидности властных структур организаций. Малая группа как носитель неформальных отношений между людьми. Неформальная группа как система отношений между людьми. Комитеты: необходимость и роль в организации. Формирование групп в процессе функционирования организаций. Основные характеристики неформальных организаций и их роль в системе менеджмента. Обеспечение эффективного взаимодействия формальных и неформальных групп.
11.	Лидерство и руководство в менеджменте.	Основы и формы власти. Личностные, организационные, личностно-организационные основы власти. Влияние через убеждение и участие. Эффективное использование влияния. Лидерство и руководство: общее и

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	Власть, убеждение, участие.	особенное. Понятие и характеристика стилей руководства в менеджменте. Влияние и власть руководителя в организации. Источники власти и баланс власти. Стиль руководства и производительность. Понятие группы и ее значение. Сущность лидерства. Лидерские действия в современном менеджменте. Диапазон стилей лидерства и развитие лидерского потенциала. Ситуационные подходы к эффективному лидерству: континуум лидерского поведения Танненбаума-Шмидта; модели ситуационного лидерства Фидлера, Херси-Бланшара. Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Новые концепции в теориях лидерства: концепция атрибутивного лидерства; концепция харизматического лидерства; концепция преобразующего лидерства.
12.	Управление конфликтами в организации.	Природа и причины конфликта. Классификация конфликтов. Позитивные и негативные функции конфликта. Модель процесса конфликта. Типы поведения в конфликтных ситуациях. Управление конфликтной ситуацией. Структурные методы. Межличностные методы разрешения конфликтов. Понятие об альтернативных методах разрешения конфликтов (АРК). Типы поведения в конфликтных ситуациях. Управление конфликтной ситуацией.
13.	Управление организационными изменениями.	Назначение организационной культуры и необходимость изменений в организации. Сопротивление нововведениям в организации. Инновационные организации. Управление изменениями на личностном уровне. Управление организационными изменениями на уровне организационных единиц. Принципы управления изменениями. Общий порядок управления изменениями. Методологии управления изменениями. Управление изменениями. Причины сопротивления.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА				
Тема 1. Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации.	ОПК-1	Решений кейса		Письменно, устно
Тема 2. Основные этапы становления и методология современного менеджмента.	ОПК-1	Решений кейса		Письменно, устно
Тема 3. Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды.	ОПК-1	Решений кейса		Письменно, устно
Тема 4. Коммуникационный процесс в организации.	ОПК-1	Решений кейса		Письменно, устно
Тема 5. Принятие решений в процессе управления организацией.	ОПК-1	Решений кейса		Письменно, устно
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА				
Тема 6. Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование.	ОПК-1	Решение кейса		Письменно, устно
Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента.	ОПК-1	Решение кейса Тестирование		Письменно, письменно
Тема 8. Мотивация деятельности в менеджменте.	ОПК-1	Решение кейса		Письменно, устно
Тема 9. Регулирование и контроль в системе менеджмента.	ОПК-1	Решение кейса		Письменно, устно
РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА				
Тема 10. Управление человеком и управление группой.	УК-3	Решение кейса		Письменно, устно
Тема 11. Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие.	УК-3	Решение кейса		Письменно, устно
Тема 12. Управление конфликтами в организации.	УК-3	Решение кейса		Письменно, устно
Тема 13. Управление организационными изменениями.	УК-3	Решение кейса		Письменно, устно
	УК-3 ОПК-1		Курсовая работа, экзамен	Письменно, устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-3 -Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1.	Владение навыками использования основных теорий динамики групп и лидерства в системе менеджмента для решения стратегических и оперативных управленческих задач	10,11
2.	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	12,13

Код компетенции	ОПК-1 -Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1.	Усвоение знаний в области стратегического менеджмента, понимания сущности, специфики и содержания имеющихся в организации бизнес-процессов с целью эффективного стратегического развития организации	1,2,3,4,5
2.	Усвоение навыков применения современных методик проектировать организационных структур управления, распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	6,7,8,9

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-3 -Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методологических основ теорий конфликтов при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом	знает закономерности групповой динамики и эффективность стилей управления на различных этапах развития группы, знает механизмы командообразования	Умеет эффективно применять инструменты и методы командообразования; осуществлять многофакторную диагностику организационной культуры	Уверенно владеет навыками эффективного командообразования в организации, а также групповой динамики с последующей интерпретацией полученных результатов	Решение кейса, экзамен, курсовая работа

Код компетенции	ОПК-1 -Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основ организационного проектирования, участия в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления различных организационных мероприятий	Имеет углубленные знания в области теории менеджмента, понимает сущность, специфику и содержание имеющихся в организации бизнес-процессов; знает методологию исследования организационного потенциала	Умеет самостоятельно разрабатывать предложения, направленные на повышение эффективности коммуникаций в организации; разрабатывать и внедрять мотивационные программы для персонала организации, а также механизмы и способы его стимулирования	Уверенно владеет навыками применения широкого набора методик исследования деятельности организации, в т.ч. ее внешней среды, а также на высоком уровне владеет современными методами, механизмами, технологиями эффективного командообразования в организации	Решение кейса, тестирование, экзамен, курсовая работа

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции,	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний,

освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	---	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Решение кейсов

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 1. Сущность и основные понятия менеджмента. Функции и роли менеджера в организации

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс:

Часть (1): составить презентацию — «*Менеджер в социальной организации*» (цель: сформировать у студентов умение моделировать портрет менеджера в условиях изменяющейся внешней среды и с учетом требований, которые предъявляют эти изменения к работе менеджера).

Часть (2): составить презентацию: определите основные роли, которые вы исполняете в университете, дома, в компании.

Чем они друг от друга отличаются?

Подумайте, какая работа на сегодняшний день вам больше всего нравится?

Какие различные роли потребовались бы для этой работы?

Какие навыки вам необходимы для ее выполнения?

Тема 2. Основные этапы становления и методология современного менеджмента

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «История менеджмента». В течение 15-20 минут студенты в составе небольших групп вырабатывают коллегиальное решение в отношении вклада школ управления в теорию и практику менеджмента. Выделение преимуществ и недостатков школ. В результате подготовить письменный конспект о школах менеджмента.

Тема 3. Организация как объект менеджмента. Взаимодействие организации и внешней среды

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Разработка элементов системы управления предприятием (создание своей организации)» (фрагмент кейса)

С учетом элементов внутренней и внешней среды создать свою организацию отразив следующие моменты:

1. Обоснование бизнеса, выбор организационно-правовой формы предприятия и регистрация коммерческой организации. Вы должны обосновать актуальность выбранного Вами бизнеса, составить учредительные документы, выбрав одну из приведенных организационно-правовых форм: полное (коммандитное) товарищество; ООО; АО; производственный кооператив; унитарное предприятие...

2. Постановка целей управления предприятием. Вы должны выбрать область целеполагания, построить дерево целей и сформулировать 2-3 цели управления предприятием в соответствии с требованиями, к ним предъявляемыми, не забыв о задачах.

3. Определение миссии и проведение SWOT-анализа деятельности предприятия. Вы должны сформулировать миссию своей коммерческой организации, раскрывающую основной вид деятельности, отношение к внешней среде и пути формирования корпоративного климата; провести анализ сильных и слабых сторон своей организации, возможностей и угроз, определить стратегическую позицию предприятия, выбрать стратегию для ее достижения. Кроме того, необходимо осветить влияние каждого из факторов внешней среды косвенного воздействия на деятельность предприятия.

4. Разработка элементов организационной структуры управления предприятием. Вы должны разработать схему организационной структуры управления предприятием, определить базовые структурные подразделения предприятия, их статус, компетенцию, основные цели и задачи. Для одного из базовых структурных подразделений предприятия составить положение об отделе и должностную инструкцию работнику отдела.

5. Формирование принципов управления предприятием. Вы должны сформулировать принципы управления своим предприятием.

6. Описать ваш персонал.

7. Охарактеризуйте организационную культуру (ОК) Вашего предприятия, принимая во внимание следующие позиции (*данный перечень не является исчерпывающим; по желанию Вы можете ...*

Оформить законченную работу в виде презентации (можно использовать фотографии, картинки, схемы, таблицы, видеозаписи и другое, необходимые для максимально полного представления своего предприятия).

Тема 4. Коммуникационный процесс в организации

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Коммуникации в корпорации «МакКессон»». (фрагмент кейса)

В 1994 г. Корпорация «МакКессон» приобрела фирму «Чемпион Интэрнэшнл», производящую конторское оборудование и располагающее 17 сбытовыми центрами, «функционировавшими практически без вмешательства из главной конторы». Это невмешательство означало, что «17 отделений фирмы идут по семнадцати разным направлениям», результатом чего в значительной мере стала репутация фирмы «Чемпион Интэрнэшнл» - «вечного аутсайдера в своей области».

В 1996 г. Отделение «Офис продактс дивижн» (занимавшееся конторским оборудованием) корпорации «МакКессон» увеличило свою выручку на 40%, а лучшие торговые агенты побили все предыдущие рекордные показатели объема продаж. В значительной мере успех был обусловлен изменением подхода к обмену информацией...

Вопросы:

1. Какими были некоторые из преград на путях информационного обмена, когда корпорация «МакКессон» приобрела фирму «Чемпион Интэрнэшнл»?
2. Каким образом ежемесячные совещания по сбыту способствуют информационному обмену между отдельными людьми и внутри организации?
3. Каким образом стандартизированная форма проведения совещаний способствовала совершенствованию обмена информацией? Что сделано для преодоления изъянов такой стандартизированной формы?
4. Обсудите различные механизмы, посредством которых обратная связь повысила эффективность информационного обмена.
5. Каковы некоторые достоинства новой системы коммуникаций?

Тема 5. Принятие решений в процессе управления организацией

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Принятие решений в процессе управления организацией». (фрагмент кейса)

Часть 1.

1. Чем отличается управление от администрирования?
2. Что изучалось в древнеегипетской школе чиновников?
3. Примите решение по предлагаемой ситуации и аргументируйте свою точку зрения.

Ситуация

Вы - главный менеджер компании, занимающейся производством алкогольной продукции. Данная компания имеет довольно сильные позиции на рынке алкогольной продукции как в России, так и за ее пределами. Дела компании идут хорошо: растет объем продаж, размер прибыли, увеличивается число акционеров.

В связи с тем, что компания работает успешно, у нее появляется возможность открыть завод за пределами страны - за границей, и от вас зависит решение - подписать новый контракт или нет.

С одной стороны, строительство данного завода обеспечит новыми рабочими местами население данной страны, тем самым решится актуальная для этого региона проблема безработицы, с другой - это принесет большой доход вашей компании.

Однако остро встает проблема алкоголизма, от которой страдает огромное количество людей, о чем свидетельствуют данные статистической отчетности.

Каково будет ваше решение? Подпишите вы новый контракт или нет? Почему?...

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 6. Планирование в системе менеджмента. Стратегическое планирование

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Бизнес-план».(фрагмент кейса)

Из состава слушателей назначается комиссия (3—5 чел.) для оценки результатов доклада по проектам бизнес-плана. Каждому из слушателей отводится от 7 до 10 минут для краткого сообщения о структуре, предназначении и главных направлениях стратегии фирмы и организации управления производством и персоналом, а также ответов на вопросы.

Комиссия и преподаватель при оценке работы слушателя руководствуются предложенной типовой методикой разработки бизнес-плана по следующей структуре:

- I. Титульный лист (1-я страница)*
- II. Введение или резюме проекта (1—2 страницы)*
- III. Анализ положения дел в отрасли (1—2 страницы)*
- IV. Существо проекта (до 5 страниц)*
- V. Производственный план*
- VI. Планы маркетинга (до 5 страниц)*
- VII. Организационный план (2—3 страницы.)*
- VIII. Риски проекта (2—3 страницы)*
- IX. Финансовый план (до 5 страниц).*
- X. Приложение (1—2 страницы)*

Схема и программы по технике и технологии и др. Бизнес-план имеет предназначение: для партнеров; для инвесторов; для банков; для внутреннего пользования.

Он может быть полным или сокращенным и разрабатывается руководством предприятия с привлечением специалистов. К основным потребностям по разработке бизнес-плана относятся: достоверность, наличие минимума информации, понятность и доступность, четкость, краткость, аргументированность, конкретность, привлекательность.

Итоги докладов и работы студентов подводит руководитель занятия.

Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Проектирование структуры управления организацией» (фрагмент кейса)

1. Цели и задачи проекта

Цель проекта — закрепление теоретических знаний по курсам «основы менеджмента», «теория организации» и выработка практических навыков в области проектирования структур управления организацией и формирования основных документов, регламентирующих ее деятельность.

Основные задачи проекта:

- изучение и освоение порядка, методов и инструментов при проектировании организационной структуры управления;
- развитие навыков самостоятельной работы с нормативно-справочной, методической документацией и с другими литературными источниками информации в области управления;
- формирование навыков работы в группах при получении экспертных оценок;

- приобретение навыков использования современных методов и инструментов менеджмента при проектировании организационной структуры управления;
- приобретение опыта аналитической работы....

Тема 8. Мотивация деятельности в менеджменте

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Мотивация как функция менеджмента: несвоевременное назначение» (фрагмент кейса)

Мастер Петров в 25-летний юбилей своей трудовой деятельности пережил большую неожиданность: хорошо подобранными, приятными словами директор завода сообщил ему, что для повышения мотивации за заслуги хочет назначить его в день юбилея заведующим производством на недавно освободившееся место. Иван Ильич Петров был этому рад.

Как мастер он имел успех. Его деловая квалификация была всеми признана. Он всегда направлял свои усилия туда, где «горело». И знал, что сослуживцы считают его хорошим товарищем по работе, даже если он не всегда обращался с ними деликатно. Они не давали его в обиду, не оставляли в беде и «шли» за ним, если он просил....

Вопросы и задания

1. Кто виноват в таком развитии событий и как следовало себя вести мастеру Петрову?

2. Что Петров, по вашему мнению, неправильно сделал после того, как был назначен заведующим производством?

3. Какие причины, по вашему мнению, являются главными для позиции непризнания сотрудниками Петрова?

4. Прав ли директор завода, объясняя Петрову, что он должен «утвердить себя»? Выполнил ли он сам надлежащим образом свои обязанности как руководитель по отношению к Петрову?

5. Что мог бы сделать Петров или, если выразиться точнее, что он должен был бы сделать для того, чтобы овладеть сложной ситуацией, возникшей после его повышения по службе?

6. Разработайте мотивационный план для Петрова, используя при этом принципы содержательных и процессуальных теорий мотивации.

Тема 9. Регулирование и контроль в системе менеджмента

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Кейс «Тайный покупатель»

Светлана забежала в офис турагентства и с облегчением вздохнула – директора ещё не было на месте, а значит, опоздание в этот раз останется незамеченным. Девушка перекинулась парой фраз с коллегами, включила компьютер и принялась за работу: сегодня после обеда к ней должны были прийти клиенты, а предложения для них Светлана подготовить ещё не успела. Скажем честно, девушка вообще не отличалась особым рвением в работе, а сейчас, перед отпуском, и вовсе ничего не хотелось делать. В последние дни перед предстоящим отдыхом сотрудница агентства всё больше представляла собственное будущее путешествие и всё меньше погружалась в нюансы путешествий чужих.

Тишину в офисе нарушил телефонный звонок – это был очередной турист, которого интересовал отдых в Турции. Голос на другом конце провода показался Светлане знакомым, но она не придала этому особого значения, мало ли всяких звонит за день... Турист оказался надоедливым: его интересовало всё – от стоимости отдыха до дополнительных сервисов турфирмы и всех мелочей будущего путешествия. «А есть ли...? А как...? А что...?»

«Да что ж он привязался-то! Как будто у меня дел других нет... – уже изрядно раздражаясь, подумала про себя Светлана. – Если вы хотите просто поговорить – у меня на это времени, знаете ли, нет!» – резко ответила она на очередной вопрос туриста, кажется, о дополнительной страховке. Турист положил трубку, а турагент стала готовиться к встрече с клиентами и о туристе быстро забыла...

На следующее утро девушка была крайне неприятно удивлена: вчерашний разговор оказался проверкой руководителя, который играл роль обычного туриста. Вот почему голос показался таким знакомым. И проверку эту Светла-на, как вы уже поняли, не прошла.

Вопросы для работы с кейсом

1. К какому виду контроля по времени и по отношению к ресурсам можно отнести метод «тайного покупателя»?
2. Можно ли выделить классические этапы контроля при использовании данного метода (установление стандартов, сравнение полученных результатов со стандартами, корректирующие действия). Если да, опишите каждый этап.
3. Что является стандартами при проведении данного вида контроля?
4. Допустимо ли такое поведение сотрудника по отношению к клиенту?
5. Как должна была поступить Светлана при разговоре с клиентом, если у неё было мало времени или она не могла ответить на его вопросы?
6. Стоит ли руководителю предпринимать подобные действия и становиться «тайным покупателем»? Или же нужно доверять своим сотрудникам и не пытаться подловить их на незнании того или иного вопроса или невежливом обращении с клиентом?
7. Как, по вашему мнению, должен поступить директор с данным сотрудником?
8. Как директор может проверить профессионализм своих сотрудников другими методами?

РАЗДЕЛ 3. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 10. Управление человеком и управление группой

Проверяемые компетенции

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

Кейс «Менеджер из «не пойми кого» (фрагмент кейса)

Ольга пришла в компанию SSSS (Saratov Software Solutions & Services) два года назад. Как раз тогда она закончила Саратовский университет по специальности филолог со знанием английского и испанского языков. Но работы для переводчиков в городе не было совсем. А SSSS как раз активно расширялась, набирая тестеров на новый проект с американским заказчиком. Итак, два года назад Ольга получила должность junior tester и приступила к незатейливой работе кликалеля. Ольга была девушкой методичной и аккуратной, поэтому дефектов в интерфейсе тестируемой программы она выявляла очень много. Попутно, чтобы как-то втянуться в тему, Оля начала читать статьи и книжки по тестированию программного обеспечения. Немного погуглив, она вышла на интересные англоязычные статьи в этой сфере, которые прочла все до одной (зря, что ли учила в универе английский).

Вопросы для работы с кейсом

1. Каких формальных и неформальных лидеров вы видите в описываемой команде?
2. Ольга стала формальным лидером. Чего не хватает ей для того, чтобы завоевать неформальный авторитет?
3. Что могут предпринять недовольные члены команды? Каких проблем Ольге стоит опасаться?
4. Что делать Ольге прямо сейчас? Как исправить ситуацию?

Тема 11. Лидерство и руководство в менеджменте. Власть, убеждение, участие

Проверяемые компетенции

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

Кейс «Настоящий полковник»(фрагмент кейса)

– У меня такое ощущение, что в детстве его били. Поэтому он считает насилие единственным способом воспитания и управления. – Ольга не могла скрыть возмущения в голосе. Её собеседники в курилке согласно закивали. Когда речь заходила о новом исполнительном директоре небольшого рекламного агентства, сотрудники проявляли удивительное единодушие.

– Это не детство, это армия. Чего ты хочешь – солдафон! Откуда он взялся только на нашу голову?

– Говорят, старый друг Папы.

Папой в знак большой любви и уважения в агентстве называли Владимира Самойленко – владельца и генерального директора. Под его руководством компания всего за два года достигла стабильного положения на рынке. Созданная агентством реклама – телевизионные ролики, слоганы, постеры – отличались чувством юмора и оригинальностью, а само агентство почти всегда укладывалось в указанные сроки (что для творческих людей рекламного мира было редкостью). ...

Вопросы для работы с кейсом

1. Опишите, с точки зрения известных вам теорий лидерства, взаимоотношения Зубцова с коллективом агентства.
2. Как вы считаете, почему его стиль руководства оказался неэффективным?
3. Почему от некоторых сотрудников он всё же добился желаемого?
4. Как вы считаете, что следует предпринять Владимиру Самойленко по возвращении, чтобы нормализовать ситуацию?

Тема 12. Управление конфликтами в организации

Проверяемые компетенции

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

Кейс «Конфликт производства и сбыта» (фрагмент кейса)

ЗАО «Агроторг» - подразделение одной из крупнейших в России фирм, производящей сельскохозяйственные продукты. Подразделение было образовано в 1960 г. для проектирования цистерн и контейнеров из нержавеющей стали, используемых при хранении и перевозках молока и молочных продуктов. Начиная с 1970 г. фирма развивалась, проектируя и изготавливая нержавеющие цистерны и контейнеры и для смежных областей сельского хозяйства, а также по запросам клиентов из других отраслей народного хозяйства.

К. 1975 г. ЗАО «Агроторг» продавало свою продукцию по всей России. Десять лет спустя сбытовая сеть ЗАО «Агроторг» охватила не только Россию, но и часть Западной Европы. Всего в структуре отрасли работало десять ведущих и большое количество мелких производств.....

Вопросы и задания

1. В чем суть конфликта?
2. Кто клиенты ЗАО «Агроторг»?
3. Кто конкуренты ЗАО «Агроторг»?
4. В чем сильные и слабые стороны ЗАО «Агроторг»?
5. Что произойдет, если ЗАО «Агроторг» будет продолжать «в том же духе»?
6. Сделайте предложения по выходу из сложившейся ситуации.

Тема 13. Управление организационными изменениями

Проверяемые компетенции

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

Кейс «Во всём должен быть порядок»

Максим Чубакин, новый генеральный директор компании «Мега-супер-праздник Проджект», – человек, аккуратный до педантизма. Аккуратность важна во всём, считает Максим, и зорко следит за тем, чтобы сотрудники компании следовали его положительному примеру. Правила, введённые Максимом, очень просты:

- На рабочем столе сотрудника должен быть порядок – ручка, тетрадь и документ, с которым сотрудник работает в настоящий момент (это всё, что может находиться на столе!).

- На рабочем месте не должно быть чашек и тарелок – это придаёт офису неаккуратный вид, к тому же, всегда можно выпить чай или кофе на кухне.

- Каждый сотрудник должен поддерживать чистоту и порядок в ящиках своего стола: в первом ящике следует хранить канцелярские принадлежности, во втором – бумаги, в третьем достаточно места для личных вещей.

- Каждый сотрудник должен иметь «План» своей работы на день, и, как правило, Максим самолично проверяет наличие такого плана.

Сотрудники недовольны такими переменами: организация праздников – яркий и динамичный бизнес, он требует включенности на 100 % в течение 12, 14, 16-ти часового рабочего дня! Тетради, цветные стикеры, маркеры, чашки с недопитым кофе, черновики смет и рабочих программ, каталоги подарков – все эти предметы совершенно необходимы менеджеру проекта! И при такой загрузке от них ещё требуют «План»?!

Но давайте услышим Максима: «Если у менеджера проекта нет порядка на столе, как у него может быть порядок в голове?» – спрашивает он.

Максим говорит: «Правильное планирование – вот залог успешного проекта. Менеджеру не следует себя вести как в анекдоте про лесоруба, который усердно машет тупым топором, а на предложение заточить топор отвечает «Мне некогда!» И в этом тоже есть смысл!

А у Максима впереди большие планы: прогрессивной современной компании следовало бы ввести единый дресс-код!

Вопросы для работы с кейсом

1. Как вы относитесь к переменам, введённым генеральным директором?
2. Почему данные перемены воспринимаются сотрудниками так негативно?
3. Может быть, загвоздка всего лишь в том, как проводятся перемены? Но как провести их эффективно?

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.2 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 7. Организационные отношения в системе менеджмента

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
-------	---

Тест

1. Отметьте в соответствующей графе, какие из перечисленных аспектов составляют содержание менеджмента.

	Верно	Неверно
1. Вид деятельности и процесс принятия управленческих решений		
2. Аппарат управления		
3. Наука и искусство управления		
4. Все указанные аспекты не относятся к менеджменту		

2. Оцените с помощью слов «верно» или «неверно» следующие высказывания о распределении задач менеджмента по его иерархическим уровням.

	Верно	Неверно
1. Чем выше уровень управления, тем больше оперативных задач должно на нем решаться		
2. Руководитель предприятия должен быть лучшим специалистом по производству		
3. Обеспечение ритмичности производства преимущественно относится к задачам нижнего звена управления		
4. Ответственность за управление предприятием в целом может нести только его собственник		

3. Укажите, какой форме некоммерческой организации соответствует следующая цель ее создания: «Осуществление управленческих, социально-культурных и иных функций, финансируемых (полностью или частично) учредителем».

	Верно	Неверно
1. Потребительский кооператив		
2. Общественные и религиозные организации		
3. Учреждения		
4. Фонды		

4. Отметьте в соответствующей графе субъекты менеджмента организации.

	Верно	Неверно
1. Руководитель, занимающий постоянную должность на предприятии		
2. Функциональная область деятельности организации		
3. Предприятие со своей системой целей		

5. Укажите, какое из определений характеризует содержание понятия «специализация» в менеджменте.

	Верно	Неверно
1. Форма труда, при которой много лиц планомерно и совместно участвуют в одном и том же процессе труда		
2. Форма труда, при которой много лиц планомерно и совместно участвуют в разных, но связанных между собой процессах труда		
3. Форма организации деятельности, при которой исполнитель сосредотачивается на каком-либо занятии, области деятельности или определенных производственных процессах, операция		

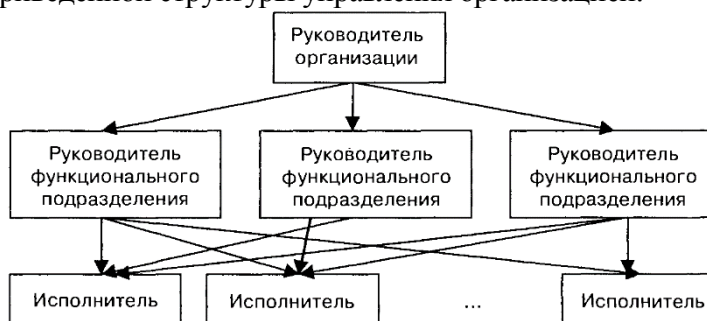
6. Укажите, какое из определений характеризует содержание «организации» как функции менеджмента.

	Верно	Неверно
1. Рациональное сочетание процессов живого труда с материальными элементами производства в пространстве и во времени		
2. Рациональное сочетание производственного процесса и системы управления в пространстве и во времени		
3. Рациональное построение организационной структуры предприятия в соответствии с материальными, информационными и трудовыми элементами производственного процесса		

7. Определите тип приведенной структуры управления организацией:



8. Определите тип приведенной структуры управления организацией:



9. Делегирование представляет собой передачу субъектом управления части своих... (закончите предложение).

	Верно	Неверно
1. Задач		
2. Ответственности		
3. Полномочий		
4. Обязательств		
5. Долгов		

10. Норма управляемости характеризует в менеджменте... (закончите предложение).

	Верно	Неверно
1. Трудоемкость работ менеджера		
2. Количество подчиненных сотрудников		
3. Правила поведения менеджера		
4. Условия субординации отношений		
5. Уровень оплаты труда руководителей		

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов — неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов — удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов — хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов — отлично (высокий уровень освоения компетенции)

6.3.3 Тематика курсовых работ

Цель курсовой работы — расширить и углубить теоретические знания будущих менеджеров в области управления и предоставить возможность применить полученные знания на практике.

Проверяемые компетенции

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

1. Совершенствование конкурентоспособности менеджера на основе учета зарубежного опыта и особенностей русских обычаев и традиций.
2. Разработка креативного менеджмента и принципов формирования «коллективного разума».
3. Совершенствование условий организации деятельности менеджера.
4. Управление до 1900 года.
5. Школа научного управления.
6. Классическая теория менеджмента.
7. Школа человеческих отношений и школа поведенческих наук.
5. Школа науки управления (количественный подход).
6. Процессный подход.
7. Системный подход.
8. Ситуационный подход.

9. Развитие управленческих идей в России. Специфика менеджмента в России.
10. Опыт менеджмента за рубежом: особенности американской, японской, европейской (любая европейская страна) систем менеджмента.
11. Организация как социально-экономическая система; закон, зависимость, закономерность, принцип: сущность, классификация, примеры.
12. Разработка концепции менеджмента для предприятия (организации).
13. Факторы и пути повышения конкурентоспособности фирмы
14. Коммуникации в организации.
15. Внутрифирменная система информации и современные технологии информационной деятельности.
16. Передача информации в межличностном общении и управление информационными потоками в организации.
17. Построение эффективных коммуникаций.
18. Самопрезентации.
19. Построение индивидуального имиджа менеджера, стратегии поведения для управления впечатлением.
20. Закономерности восприятия людьми друг друга в общении: организация и искажения.
21. Совершенствование коммуникаций фирмы на основе компьютерной сети и реинжиниринга.
22. Организация и методы делового общения.
23. Модели принятия решений в организации.
24. Разработка алгоритма принятия инновационно-поисковых решений.
25. Организация и технология принятия управленческих решений.
26. Сущность и цели планирования в организации.
27. Миссия, видение, цели организации.
28. Стейкхолдеры организации.
29. Анализ внешнего окружения организации.
30. PEST-анализ.
31. Пять сил, определяющих конкуренцию в отрасли (М. Портер).
32. Матрицы возможностей и угроз.
33. Внутренняя среда организации.
34. Понятие конкурентного преимущества.
35. Планирование в условиях глобализации.
36. Управление мотивацией сотрудников организации.
37. Разработка концепции управления персоналом (для предприятия).
38. Разработка системы мотивации для конкретного предприятия на основе зарубежного опыта (классических школ и концепций).
39. Организация управленческого контроллинга.
40. Разработка концепции механизма инновационной деятельности фирмы.
41. Пути совершенствования технологии процессов управления предприятием
42. Динамика возникновения рабочей среды.
43. Дизайн рабочего задания.
44. Групповая сплоченность и коллективное принятие решений.
45. Формирование команд и оценка эффективности командной работы.
46. Управление поведением сотрудников организации.
47. Доверие, власть и микрополитика.
48. Лидерство и власть в организации.
49. Поведение руководителя и успех в управлении.
50. Модели стилей менеджмента по И. Адизесу.
51. Стили руководства: *по Левину, Лайкерту, Макгрегору; стиль руководства, ориентированный на работу (задачу) или на человека; по Блейку-Мутон, Танненбауму-Шмидту, Фидлеру, Адаиру, Врумму-Иеттону, Херси-Бланиару, Арджирису.*
52. Типология конфликтов в организации.
53. Разрешение конфликтов.

54. Стили поведения в конфликте.
55. Решение конфликтов путем переговоров.
56. Современные техники разрешения конфликтов.
57. Разработка механизма управления конфликтами на предприятии.
58. Пути повышения конкурентоспособности организационно-экономического потенциала фирмы.
59. Совершенствование корпоративных отношений в акционерных обществах.

Критерии и показатели при оценивании курсовой работы

Критерии	Показатели
Новизна текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме курсовой работы; - соответствие содержания теме и плану курсовой работы; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему курсовой работы; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

Дескрипторы для поэтапного оценивания курсовой работы

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Опрос проводится в устной форме.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Вопросы к экзамену:

1. Разработка концепции менеджмента для предприятия (организации).

2. Навыки менеджера и уровни управления.
3. Роли менеджера по Г. Минцбергу.
4. Исследование школ и концепций в историческом развитии менеджмента.
5. Теория «научного менеджмента» Ф.У.Тейлора.
6. Административная школа А. Файоля.
7. Концепция «идеальной бюрократии» М.Вебера.
8. Школа человеческих отношений и Э. Мэйо.
9. Количественные подходы в менеджменте.
10. Совершенствование конкурентоспособности менеджера на основе учета зарубежного опыта и особенностей русских обычаев и традиций.
11. Объект и субъект управления.
12. Модель «7С». Мягкие и жесткие переменные.
13. Модели жизненного цикла организации и менеджмент. Модель И. Адизеса.
14. Совершенствование организационного развития фирмы – как системы открытого типа.
15. Разработка комплекса мероприятий организационной культуры для предприятия.
16. Разработка креативного менеджмента и принципов формирования «коллективного разума».
17. Совершенствование условий организации деятельности менеджера.
18. Факторы и пути повышения конкурентоспособности фирмы.
19. Виды и роли организационных коммуникаций. Коммуникационные каналы, их емкость. Коммуникационные сети.
20. Преграды при коммуникациях и их преодоление.
21. Этапы рационального принятия решений. Методы принятия решений.
22. Уровни участия подчиненных в принятии решений (В. Врум, А. Джаго).
23. Разработка алгоритма принятия инновационно-поисковых решений.
24. Функции управления и связующие процессы.
25. Совершенствование оргструктуры управления предприятием, адаптированной к рыночным отношениям.
26. Организационно-экономическая модель интеграции предприятий в корпорацию (холдинг).
27. Разработка корпоративной оргструктуры управления дивизионального типа.
28. Совершенствование коммуникаций фирмы на основе компьютерной сети и реинжиниринга.
29. Организация и методы делового общения.
30. Совершенствование механизма управления в условиях децентрализации.
31. Развитие потенциала предприятия в условиях децентрализации.
32. Организация и концепция механизма стратегического управления фирмой.
33. Организация и технология принятия управленческих решений.
34. Разработка концепции управления персоналом (для предприятия).
35. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей Маслоу: достоинства и недостатки. Теория К. Альдерфера. Теория Д. МакКлелланда. Двухфакторная модель Ф. Герцберга.
36. Процессуальные теории мотивации: теория справедливости (Дж. Адамс) и теория ожидания (В. Врум).
37. Типы контроля. Цикл контроля: построение и применение. Этапы контроля.
38. Характеристики эффективного контроля по У. Ньюмену.
39. Организация управленческого контроллинга.
40. Разработка концепции механизма инновационной деятельности фирмы.
41. Разработка системы мотивации для конкретного предприятия на основе зарубежного опыта (классических школ и концепций).

42. Совершенствование механизма и оргструктуры управления маркетинговой деятельности.
43. Пути совершенствования технологии процессов управления предприятием.
44. Разработка системы методов управления предприятием.
45. разработка методов повышения эффективности руководства коллективом.
46. Разработка механизма управления конфликтами на предприятии.
47. Пути повышения конкурентоспособности организационно-экономического потенциала фирмы.
48. Совершенствование корпоративных отношений в акционерных обществах.
49. Разработка методов оценки результативности потенциала фирмы в условиях децентрализации.
50. Миссия, видение, цели организации.
51. Анализ конкуренции в отрасли на основе модели пяти сил М. Портера.
52. Линейно-функциональная организационная структура, преимущества и недостатки.
53. Дивизиональная организационная структура, преимущества и недостатки.
54. Матричная организационная структура, преимущества и недостатки.
55. Организационный дизайн (Г. Минцберг). Механизмы координации. Пять частей организации.
56. Типология власти по Р. Френчу и Б. Рейвену.
57. Особенности теории «Х» и теория «У» (Д. МакГрегор).
58. Континуум лидерского поведения по Таннебауму и Шмидту.
59. Теория лидерских качеств Р. Стогдилла.
60. Концепции лидерского поведения. Исследования университета штата Огайо. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутона.
61. Ситуационные теории лидерства. Модель ситуационного лидерства П. Херси и К. Бланшара. Теория «путь-цель» Р. Хауза и Т. Митчелла.
62. Субституты и нейтрализаторы лидерства (С. Керр и Дж. Джермиер).
63. Управление изменениями на личностном уровне.
64. Управление организационными изменениями на уровне организационных единиц.
65. Принципы управления изменениями.
66. Методологии управления изменениями.
67. Управление изменениями. Причины сопротивления.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен

литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, тестов, а так же посещаемость занятий, активность на лабораторных занятиях, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса и оценивается по шкале, представленной в п. 6.3.2.

Промежуточный контроль проводится в форме тестирования и оценивается по пятибалльной системе на основе шкалы, представленной в п. 6.3.4.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Решение кейсов	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,3	0,5	1
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Цветков, А. Н. Теория менеджмента : учебник / А. Н. Цветков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 344 с. — ISBN 978-5-8114-4194-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119641>
2. Климович, Л. К. Основы менеджмента : учебник / Л. К. Климович. — 3-е изд., испр. — Минск : РИПО, 2018. — 279 с. — ISBN 978-985-503-768-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132037>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Мескон, М. Основы менеджмента: пер. с англ. : [учебник]/ Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури; Акад. нар. хоз-ва при правительстве РФ. - М.: Дело, 2006. - 719 с.: ил. - (Зарубежный экономический учебник). - Библиогр. в конце гл. - Предм. указ.: с. 699-719. - ISBN 5-7749-0142-4. - ISBN 0-06-044415-0: 448.
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: УБ(9)
2. Виханский, О. С. Менеджмент: учеб. для вузов/ О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп.. - М.: Экономистъ, 2005. - 669, [3] с.: ил., портр.. - (Homo Faber). - Библиогр.: с.663-669 . - ISBN 5-98118-131-1: 305.15, 351.54, р.
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 21: УБ(20), ч.з.N5(1)

7.3. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.
3. Кодекс Российской Федерации «Об административных правонарушениях».
4. Уголовный кодекс Российской Федерации.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации.
6. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг»,
7. Федеральный закон «Об акционерных обществах»,

7.4. Для самостоятельной работы

1. Власть, влияние и политика в организациях / Джеффри Pfeffer ; пер. с англ. Е. Трибушной. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 447 с. - Библиогр.: с. 434-447. – ISBN 978-5-91657-950-5 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
2. История менеджмента: учеб. для вузов / А. И. Кравченко. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2010. - 430, [1] с.: ил., фото). - Библиогр. в подстроч. примеч.. – ISBN 978-5-406-00011-3 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
3. Менеджмент / [Алексеев А. Н. [и др.] ; под общ. ред. И. Н. Шапкина; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 4-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2014. - 692, [1] с.: табл.. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр. в конце гл.. – ISBN 978-5-9916-3601-8 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
4. Менеджмент организации: история, теория и практика: учеб. пособие для вузов / О. Г. Тихомирова, Б. А. Варламов. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 255 с. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 238-251 (304 назв.). - Соответствует ФГОС (третьего поколения). – ISBN 978-5-16-005014-0 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
5. Менеджмент организации: учеб. для вузов/ А.В. Тебекин, Б.С. Касаев. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: КноРус, 2014. - 418, [1] с.: ил. - Библиогр.: с. 416-419 (75 назв.). – ISBN 978-5-406-03685-3 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
6. Менеджмент: деловые ситуации, практические задания, курсовое проектирование: практикум для вузов / В. И. Малюк. - М.: КноРус, 2009. - 291, [2] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 293 (3 назв.). – ISBN 978-5-406-00009-0 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
7. Менеджмент: практикум : учеб. пособие для сред. проф. образования / Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. - 3-е изд., стер.. - М.: Академия, 2013. - 297, [4] с. - (Среднее профессиональное образование. Экономика и управление). - Библиогр.: с. 298. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). – ISBN 978-5-4468-0094-0 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N9(15))

8. Менеджмент: учеб. для бакалавров / Е. В. Песоцкая [и др.]. ; под ред. А. Н. Петрова; С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. - 2-е изд., испр. и доп.. - М.: ЮРАЙТ, 2012. - 645 с.: табл. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Бакалавр). - Библиогр. в конце разд.. – ISBN 978-5-9916-1853-3 (Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ч.з. N1(1), ЭБС Кантиана(1))
9. Менеджмент: учеб. для бакалавров / Рос. гос. торгово-экон. ун-т; под общ. ред.: Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. - М.: Юрайт, 2013. - 422 с.: ил.. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце разд.. – ISBN 978-5-9916-2155-7 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
10. Менеджмент: учеб. для вузов / Г. В. Осипов, В. А. Лисичкин, Н. Д. Корягин. - М.: Норма; М.: ИНФРА-М, 2013. - 527 с. - Библиогр.: с. 522-527. – ISBN 978-5-91768-188-7. – ISBN 978-5-16-004909-0 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
11. Менеджмент: учеб. для вузов / Е. Л. Маслова. - Москва: Дашков и К°, 2015. - 332 с.: ил., табл.. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 329-332 (42 назв.). – ISBN 978-5-394-02414-6 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
12. Менеджмент: учеб. для сред. проф. образования / Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. - 14-е изд., стер.. - М.: Академия, 2013. - 299, [2] с.: ил. - (Среднее профессиональное образование. Экономика и управление). - Библиогр.: с. 297. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). – ISBN 978-5-4468-0093-3 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N9(30))
13. Основы менеджмента: учеб. пособие для вузов / А. П. Балашов. - М.: Вуз. учеб.; М.: ИНФРА-М, 2012. - 287, [1] с.: табл.. - (Вузовский учебник). - Библиогр. в конце гл.. – ISBN 978-5-9558-0056-1 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
14. Современные технологии менеджмента: учеб. для вузов / [В. И. Королев [и др.] ; под ред. В. И. Королева; Всерос. акад. внеш. торговли. - М.: Магистр; М.: ИНФРА-М, 2012. - 639 с.: ил. - (Федеральное рецензирование). - Библиогр.: с. 638-639 (44 назв.). - ISBN 978-5-9776-0218-1. – ISBN 978-5-16-005327-1 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
15. Современный менеджмент: учеб. пособие вузов / [А. И. Базилевич [и др.] ; науч. ред. А. Н. Романов ; под ред. М. М. Максимцова, В. Я. Горфинкеля]. - М.: Вуз. учеб.; М.: ИНФРА-М, 2012. - 297, [2] с.: ил.. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 290-293 (78 назв.). – ISBN 978-5-9558-0160-5. - ISBN 978-5-16-004159-9 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
16. Теория менеджмента: учеб. для вузов / В. А. Баринов. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 204, [2] с.: граф.. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Библиогр. в конце гл.. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). – ISBN 978-5-16-006009-5. – ISBN 978-5-16-100048-9 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))
17. Теория менеджмента: учеб. для вузов/ А. М. Сергеев, И. А. Иванова. - Москва: Академия, 2013. - 317, [1] с.: ил., табл.. - (Высшее профессиональное образование. Экономика и управление). - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 313-314. – ISBN 978-5-7695-9585-1 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N5(1))

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

–уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.

–глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;

–демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;

–использование дополнительных источников информации для решения кейса;

–выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке курсовой работы представлены отдельно.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

ПрограммаMicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) Белая магнитно-маркерная доска;

2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010

3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтушина
2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Методы и модели прогнозирования»
Шифр: 38.03.02**

**Направление подготовки: Менеджмент
Профиль «Маркетинг»**

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	15
6.3.2 Задачи	26
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	33
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	38
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	41
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	42
7.1. Основная учебная литература.....	42
7.2. Дополнительная учебная литература	42
7.3. Для самостоятельной работы.....	42
7.4. Нормативные документы	43
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	43
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	43

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	51
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	52

**Наименование дисциплины (модуля)
«МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ»**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ» является освоение бакалаврами теоретических основ прогнозирования и применение полученных навыков в практической маркетинговой деятельности. В результате изучения дисциплины студент должен достичь следующих результатов:

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: Технологию прогнозирования, базовые методы и модели прогнозирования. Базовые задачи прогнозирования для менеджмента	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь: Строить достоверные прогнозы, разрабатывать модели для базовых задач прогнозирования и прогнозировать по ним		
Владеть: Техниками прогнозирования. Техниками работы в универсальных и специализированных программных средах		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Методы и модели прогнозирования» представляет собой дисциплину обязательной части

профессионального цикла (Б1.Б.09) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Управление персоналом».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Статистика, Маркетинг	Методы и модели прогнозирования	Управленческий учет в маркетинге, Международный маркетинг, Маркетинг в социальных медиа, Оценка деятельности персонала, Выполнение выпускной квалификационной работы, Защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	64,25
Самостоятельная работа	103.75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов	23	6	2	4	10	1		
Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов	44	8	6	8	20	2		
Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)	48	8	8	8	20	4		
Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей	45	8	5	8	20	4		
Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов	19	2	2	4	10	1		
Итого	180	32	23	32	80	12	0,25	0,75
Контактная работа	76,25	32		32		12	0,25	
Самостоятельная работа	103,75		23		80			0,75
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов	Прогностика как наука. Этапы развития прогностики. Особенности социально-экономического прогнозирования. Планирование и прогнозирование как функции управления. План, прогноз, программа. Особенности и этапы разработки социально-экономического прогноза. Основные прикладные задачи прогнозирования. Современное обеспечение

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		прогнозирования (информационное, организационное, программное и т.д.). Шкалы измерений. Классификация методов прогнозирования. Система социально-экономических прогнозов в управлении субъектом хозяйствования. Виды прогнозов. Практика применения различных методов прогнозирования для задач управления.
2.	Прогнозирование на основе экспертных методов	Прогнозирование на основе индивидуальных экспертных оценок (метод экспертных опросов). Прогнозирование на основе групповых экспертных оценок (методы комиссий, мозгового штурма, Дельфи). Прогнозирование развития отраслевых рынков, территорий методом мозгового штурма. Прогнозирование развития среды фирмы на основе метода ранжирования альтернатив в среде пакета Excel Методика формирования базы данных экспертов. Методики оценки согласованности мнений экспертов. Достоинства, недостатки, ограничения на использование экспертных методов прогнозирования.
3.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)	Виды динамики. Временные ряды, характеристики временных рядов социально-экономических показателей. Комбинированная методика прогнозирования тенденций изменения социально-экономических показателей (на основе комбинирования методов "Дельфи" и "скользящих средних") в среде пакета Excel. Методики прогнозирования тенденций изменения социально-экономических показателей (развития отраслевых рынков и фирм как субъектов отраслевых рынков) методом аналитического выравнивания и экстраполяции по тренду в среде пакета Excel, методом адаптивного прогнозирования – экспоненциального сглаживания в среде пакета Statistica. Точечный и интервальные прогнозы. Статистическая оценка качества прогнозов.
4.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей	Взаимосвязь социально-экономических показателей. Виды моделей (регрессионные и эконометрические модели, производственные функции, кривые роста и логистические кривые). Методика прогнозирования социально-экономических показателей на основе многофакторных регрессионных моделей в среде пакета Statistica. Точечный и интервальные прогнозы. Статистическая оценка качества прогнозов.
5	Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-	Основные понятия Имитационного моделирования и теории массового обслуживания. Прогнозирование эффективности бизнес-процессов как системы массового обслуживания. Методика прогнозирования показателей эффективности

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	математических методов	системы массового обслуживания в среде пакета MatLab.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов	Презентации рефератов по теме. Контрольное электронное тестирование на портале lms-3.kantiana.ru
2.	Прогнозирование на основе экспертных методов	Мозговой штурм результатом, которого является разработка коллективного прогноза на основе кейсов Разработка анкеты методом комиссий для проведения исследования востребованности у работодателей прогностических исследований, обработка результатов анкетирования и их презентация Прогнозирование возможностей и угроз экономического субъекта хозяйственной деятельности с использованием экспертного метода “ранжирования альтернатив” и SWOT-анализа с учетом весомости высказываний экспертов и согласованности их мнений с вероятностью 95%. Расчетные задачи по теме и выполнение лабораторной работы по теме с использованием Excel. Презентации рефератов по теме. Контрольное электронное тестирование на портале lms-3.kantiana.ru
3.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)	Прогнозирование экономических показателей, характеризующих динамику развития отраслевого территориального рынка и прогнозирования развития отрасли с использованием комбинирования экспертного метода “Дельфи” и статистического метода “скользящих средних”. Прогнозирование развития отрасли по тренду на основе точечных и интервальных прогнозов с использованием статистического метода “аналитического выравнивания по тренду” Расчетные задачи по теме и выполнение лабораторных работ по теме с использованием Excel и Statistica. Презентации рефератов по теме. Контрольное электронное тестирование на портале lms-3.kantiana.ru
4.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа	Прогнозирование экономического показателя, характеризующего результат деятельности фирмы или состояние отраслевого территориального рынка (например, спрос), и факторов оказывающих на него существенное

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	зависимостей	влияние с использованием регрессионного моделирования Расчетные задачи по теме и выполнение лабораторной работы по теме с использованием Statistica. Презентации рефератов по теме. Контрольное электронное тестирование на портале lms-3.kantiana.ru
5	Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов	Прогнозирование эффективности бизнес-процесса с использованием моделирования системы массового обслуживания Расчетные задачи по теме. Расчетные задачи по теме и выполнение лабораторной работы по теме с использованием MatLab. Контрольное электронное тестирование на портале lms-3.kantiana.ru

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов	Задание 1. Подготовка реферата по теме 1 Задание 2. Обучающее тестирование по теме 1 на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий. Задание 3. Самостоятельное изучение теоретических аспектов прогнозирования по основной и дополнительной литературе. Изучение подходов к прогнозированию: исторический, комплексный и системный подходы. Задание 4. Самостоятельное изучение методик методов прогнозирования (экспертных и формализованных) не вошедших в программу курса. Углубленное изучение методик методов прогнозирования (экспертных и формализованных) вошедших в программу курса. Задание 5. Изучение лучших мировых практик применения прогнозов в управлении бизнес-процессами, фирмами, территориями. Задание 6. Самостоятельное научное исследование по изучению опыта применения метода прогнозирования в менеджменте, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования”. Студентам предлагается самостоятельно подобрать и изучить научные источники по проблемам прогнозирования, не включенные в список

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		рекомендуемой литературы.
2.	Прогнозирование на основе экспертных методов	<p>Задание 1. Подготовка реферата по теме 2</p> <p>Задание 2. Обучающее тестирование по теме 2 на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного) исследования по теме 2 на lms-3.kantiana.ru: - Прогнозирование возможностей и угроз экономического субъекта хозяйственной деятельности с использованием экспертного метода “ранжирования альтернатив” и SWOT-анализа с учетом весомости высказываний экспертов и согласованности их мнений.</p> <p>Задание 4. Анкетирование работодателей региона для проведения исследования востребованности у работодателей прогностических исследований. Подготовка презентации результатов анкетирования.</p> <p>Задание 5. Оформление отчета по лабораторной работе по теме 2 и прикрепление его в lms-3.kantiana.ru на проверку.</p>
3.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)	<p>Задание 1. Подготовка реферата по теме 3</p> <p>Задание 2. Обучающее тестирование по теме 3 на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуальных (лабораторных) исследований по теме 3 на lms-3.kantiana.ru: - Прогнозирование экономических показателей, характеризующих динамику развития отраслевого территориального рынка и прогнозирования развития отрасли с использованием комбинирования экспертного метода “Дельфи” и статистического метода “скользящих средних”.</p> <p>- Прогнозирование развития отрасли по тренду на основе точечных и интервальных прогнозов с использованием статистического метода “аналитического выравнивания по тренду”</p> <p>Задание 4. Самостоятельное изучение информационных</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>ресурсов и баз данных открытого доступа с целью формирования информационной базы прогностических исследований. Например, сайта Росстата http://gks.ru/, сайт исследования рынков в России Росбизнесконсалтинг http://marketing.rbc.ru/, сайт отделения Росстата по Калининградской области http://kaliningrad.gks.ru/, сайт Центра макроэкономического анализа и прогнозирования при ИПП РАН WWW.FORECAST.RU и других.</p> <p>Задание 5. Подготовка информационной базы для проведения самостоятельных исследований с использованием ресурсов Интернета для:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозирования экономических показателей, характеризующих динамику развития отраслевого территориального рынка и прогнозирования развития отрасли с использованием комбинирования экспертного метода “Дельфи” и статистического метода “скользящих средних”; - прогнозирования развития отрасли по тренду на основе точечных и интервальных прогнозов с использованием статистического метода “аналитического выравнивания по тренду”. <p>Задания 6-7. Оформление отчетов по лабораторным работам по теме 3 и прикрепление их в lms-3.kantiana.ru на проверку.</p>
4.	Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей	<p>Задание 1. Подготовка реферата по теме 4</p> <p>Задание 2. Обучающее тестирование по теме 4 на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного) исследования по теме 4 на lms-3.kantiana.ru:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Прогнозирование экономического показателя, характеризующего результат деятельности фирмы или состояние отраслевого территориального рынка (например, спрос), и факторов оказывающих на него существенное влияние с использованием регрессионного моделирования <p>Задание 4. Оформление отчета по лабораторной работе по теме 4 и прикрепление его в lms-3.kantiana.ru на проверку.</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
5	Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов	<p>Задание 1. Подготовка реферата по теме 5</p> <p>Задание 2. Обучающее тестирование по теме 5 на портале lms-3.kantiana.ru. Студентам дается одна попытка тестирования по теме в любое удобное время, как подготовка к контрольному тестированию во время аудиторных занятий.</p> <p>Задание 3. Самостоятельное изучение теоретического и контролирующего блоков индивидуального (лабораторного) исследования по теме 5 на lms-.kantiana.ru : - Прогнозирование показателей эффективности работы системы массового обслуживания</p> <p>Задание 4. Студентам предлагается самостоятельно сформулировать задачу прогнозирования работы СМО и описать реальную СМО в терминах теории массового обслуживания</p> <p>Задание 5. Оформление отчета по лабораторной работе по теме 5 и прикрепление его в lms-3.kantiana.ru на проверку.</p>

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов	УК-10	тестирование реферат		письменно устно
Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов	УК-10	Тестирование решение задач реферат		письменно устно
Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)	УК-10	Тестирование решение задач реферат		письменно устно
Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей	УК-10	Тестирование решение задач реферат		письменно устно
Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов	УК-10	Тестирование решение задач реферат		письменно устно
	УК-10		Зачет с оценкой	письменно/устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-10	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знание особенностей социально-	1

	экономического прогнозирования, этапов разработки социально-экономического прогноза, современного обеспечения прогнозирования (информационное, организационное, методическое, программное и т.д.). Знание основных количественных (формализованных) моделей прогнозирования, широко используемых в мировой практике	
2	Владение навыками разработки достоверных прогнозов на основе базовых методов и моделей, а также навыками подготовки на их основе ответственных с позиций социальной значимости организационно-управленческих решений. Умение решать стандартные задачи прогнозирования	2,3,4,5

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность разрабатывать социально-	Знание соответствующ	Знание соответствующей	Умение применять	тестирование,

экономические и маркетинговые прогнозы с использованием базового набора количественных и качественных методов прогнозирования, а также способность разрабатывать экономические, организационно-управленческие и маркетинговые модели для прогнозирования с использованием современных информационных технологий и специализированных программных продуктов	ей теории	методологии	теорию и методологию на практике	реферат, решение задач, контроль ируемая самостоятельная работа, зачет с оценкой
--	-----------	-------------	----------------------------------	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне,

подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
-------------	---------------	------------------

SingleSelection	Научная дисциплина о закономерностях разработки прогнозов – это...	прогнозирование прогностика моделирование планирование нет правильного ответа
SingleSelection	Заменитель оригинала (явления, процесса, объекта) для проведения социально-экономических исследований это:	методология метод методика модель нет правильного ответа
MultipleSelection	Предвидение – это:	та часть, сторона, этап познавательной деятельности субъекта, результат которого – получение знания о будущих событиях опережающее отображение действительности, основанное на познании законов природы, общества и мышления, выраженное в форме гипотезы, прогноза или плана научное предвидение на уровне общей теории результат экстраполяции прошлого в будущее нет правильного ответа
SingleSelection	Вероятностное суждение о состоянии объекта в будущем или альтернативных путях достижения этого состояния, с высокой степенью достоверности - это	программа план прогноз гипотеза нет правильного ответа
SingleSelection	К форме научного предвидения относят:	программу метод прогноз методологию нет правильного ответа

SingleSelection	Какой шкалой измерений измеряются социальный статус, система оценок в школе или в вузе, рейтинг банков или учебных заведений?	<p>номинальной</p> <p>порядковой</p> <p>интервальной отношений</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	К какому классу методов прогнозирования относится метод “Дельфийского оракула” (Дельфи)?	<p>методы индивидуальных экспертных оценок</p> <p>методы групповых экспертных оценок</p> <p>методы статистического прогнозирования</p> <p>методы экономико-математического прогнозирования</p> <p>ассоциативные методы</p>

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	К какому классу методов прогнозирования относится метод “Теория систем массового обслуживания”?	<p>экспертные методы</p> <p>методы статистического прогнозирования</p> <p>ассоциативные методы</p> <p>методы экономико-математического прогнозирования</p> <p>системно-структурные методы и модели</p>
SingleSelection	К какому классу методов прогнозирования относится метод “Имитационного моделирования”?	<p>экспертные методы</p> <p>методы статистического прогнозирования</p> <p>ассоциативные методы</p> <p>методы экономико-математического прогнозирования</p> <p>системно-структурные методы и модели</p>

SingleSelection	К какому классу методов прогнозирования относятся методы “Искусственных нейронных сетей”?	экспертные методы методы статистического прогнозирования ассоциативные методы методы экономико-математического прогнозирования системно-структурные методы и модели
-----------------	---	---

Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Эксперт – это...	<p>...специалист, проработавший по специальности более 20 лет</p> <p>...специалист-профессионал в конкретной предметной области с высоким уровнем аргументации и компетенции по проблеме, имеющий опыт экспертной работы</p> <p>...специалист, имеющий научную известность</p> <p>...специалист, имеющий ученую степень</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Метод коллективной генерации идей (прогнозирования), предусматривающий проведение экспертизы в несколько туров для анализа проблем и выдвижения предложений по их решению -это...	<p>...метод “Экспертных опросов”</p> <p>...метод “Комиссий”</p> <p>...метод “Мозговой штурм”</p> <p>...метод “ранжирования альтернатив”</p> <p>...метод “Дельфи”</p>

MultipleSelection	Какие условия из перечисленных обязательны для получения качественной экспертизы?	<p>все эксперты должны иметь ученые степени и звания</p> <p>наличие качественного состава экспертов</p> <p>наличие качественного состава специалистов, проводящих экспертизу</p> <p>получение качественной экспертной информации</p> <p>все эксперты должны иметь стаж работы по специальности не менее 20 лет</p>
MultipleSelection	Основные условия корректного группового выбора (по К.Эрроу) включают:	<p>универсальность</p> <p>наличие положительной связи группового и индивидуального предпочтений</p> <p>объективность</p> <p>суверенность экспертов</p> <p>отсутствие лидера</p>

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	При каком значении коэффициента конкордации мнение экспертов может быть признано согласованным?	<p>0</p> <p>0,3</p> <p>0,35</p> <p>0,4</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	При каком значении коэффициента вариации среднее значение оценок экспертов можно использовать в качестве согласованного прогноза?	<p>33%</p> <p>90%</p> <p>95%</p> <p>99%</p> <p>нет правильного ответа</p>

Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Какое условие прогнозирования на основе аналитического выравнивания по тренду верно?	<p>прогноз считается надежным, если все параметры тренда статистически значимы с вероятностью 95%</p> <p>прогноз считается надежным, если доверительный интервал рассчитан с уровнем значимости $\alpha = 0,95$</p> <p>прогноз считается надежным, если доверительный интервал рассчитан с вероятностью $p=95\%$;</p> <p>прогноз считается надежным, если прогноз делается на две трети от базы исторического временного ряда</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Каким образом исследователь устанавливает вероятность (% вероятности) при интервальном прогнозировании?	<p>у исследователя есть выбор: вероятность равна 90%, 95% или 99%</p> <p>исследователь самостоятельно выбирает вероятность</p> <p>вероятность установлена статистическими критериями оценки (тестами)</p> <p>у исследователя нет выбора: вероятность всегда равна 95%</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Какое условие применения метода прогнозирования по тренду нарушено, если исследователь прогнозирует показатели, характеризующие динамику национального рынка жилищного строительства в	<p>сопоставимость уровней ряда по территориальному принципу</p> <p>сопоставимость уровней ряда по критерию изменения внешней среды</p> <p>сопоставимость уровней ряда по</p>

	нашей стране по данным с 1900г. по 2020г.?	критерию равенства временных интервалов (моментов) сопоставимость лет нет правильного ответа
--	--	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Какой эконометрический тест (критерий) позволяет оценить надежность параметров тренда?	χ^2 – критерий Пирсона (хи-квадрат) t – критерий Стьюдента F – критерий Фишера R^2 – коэффициент множественной детерминации нет правильного ответа
SingleSelection	Какой методический подход позволяет более качественно “нейтрализовать” влияние колеблемости уровней временного ряда на параметры (оценки параметров) тренда ?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">методика однократного аналитического выравнивания</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">методика многократного аналитического выравнивания</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">методика дисконтирования</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">методика агрегирования</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">нет правильного ответа</div>
SingleSelection	Какое условие применения метода аналитического выравнивания по тренду верно?	временной ряд должен включать большое количество уровней ряда временной ряд должен иметь слабую колеблемость уровней ряда временной ряд должен обладать явно выраженной сезонностью временной ряд должен характеризовать инерционную систему (инерционно протекающий процесс) нет правильного ответа
SingleSelection	Высокоточной считается трендовая модель, если:	коэффициент детерминации $r_{yt}^2=0,5$ средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\epsilon = 5\%$ средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\epsilon=15,3\%$ коэффициент детерминации $r_{yt}^2=75\%$ нет правильного ответа

SingleSelection	При средней ошибке аппроксимации $\varepsilon=35\%$ полученная трендовая модель считается...	<p>... высокоточной</p> <p>... хорошей</p> <p>... удовлетворительной</p> <p>...неудовлетворительной</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	При средней ошибке аппроксимации $\varepsilon=53\%$ полученная трендовая модель считается...	<p>... высокоточной</p> <p>... хорошей</p> <p>... удовлетворительной</p> <p>...неудовлетворительной</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Полученная трендовая модель считается высокоточной, если...	<p>...средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\varepsilon=5\%$</p> <p>...средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\varepsilon=12\%$</p> <p>...средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\varepsilon=17,4\%$</p> <p>...средняя ошибка аппроксимации, рассчитанная по модели тренда $\varepsilon=21\%$</p> <p>нет правильного ответа</p>

Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей
Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Исследователь получил следующие данные (показатели деятельности) за 20XX год по малым предприятиям, торгующим продуктами питания в г. Калининграде: от первой независимой консалтинговой	<p>чтобы малые предприятия находились в одинаковых условиях</p> <p>чтобы показатели были рассчитаны</p>

компании данные по 200
предприятиям, а от второй
независимой консалтинговой
компании – данные по 300
предприятиям. Какое условие
применения регрессионных
моделей для прогнозирования
необходимо проверить?

консалтинговыми компаниями по
одинаковым методикам

чтобы показатели были
получены на одинаковую дату 20XX
года

ничего проверять не следует
нет правильного ответа

SingleSelection Исследователь получил следующие
данные (показатели деятельности) за
20XX год по 500 предприятиям,
торгующим продуктами питания в
СЗФО. Какое условие применения
регрессионных моделей для
прогнозирования необходимо
проверить?

чтобы предприятия находились в
одинаковых условиях

чтобы показатели были рассчитаны
по одинаковым методикам

чтобы показатели были получены на
одинаковую дату 20XX года

ничего проверять не следует
нет правильного ответа

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
n	Оценку качества регрессионной модели прогноза с высокой степенью вероятности в целом проводят на основе:	F – критерия Фишера χ^2 – критерия Пирсона (хи-квадрат) t – критерия Стьюдента критерия Кайзера-Мейера-Олкина нет правильного ответа
n	При каком значении коэффициента множественной детерминации (R^2) регрессионное моделирование может быть признано успешным, а подбор факторов в модели - удачным?	$R^2 = 0,5$ $R^2 = 0,8$ $R^2 = 3$ $R^2 = 1$ нет правильного ответа
n	Какой эконометрический тест (критерий) указывает на необходимость удаления из регрессионной модели лишних факторов с высокой степенью вероятности?	F – критерий Фишера а R – коэффициент множественной корреляции t – критерий Стьюдент R^2 – коэффициент множественной детерминации нет правильного ответа

n	SingleSelectio	Каким образом при проверке гипотезы о качестве построенной регрессионной модели прогноза на основе статистических критериев (тестов) исследователь устанавливает уровень значимости (% вероятности) ?	<p>вероятность установлена статистическими критериями оценки (тестами)</p> <p>вероятность всегда равна 95%</p> <p>вероятность равна 90%, 95% или 99%</p> <p>исследователь самостоятельно выбирает вероятность при проверке гипотез</p> <p>нет правильного ответа</p>
n	SingleSelectio	Какой эконометрический тест (критерий) позволяет оценить качество регрессионной модели прогноза в целом с высокой степенью вероятности?	<p>t – критерий Стьюдента</p> <p>χ^2– критерий Пирсона (хи-квадрат)</p> <p>F – критерий Фишера</p> <p>два критерия дают одинаковые результаты: t – критерий Стьюдента и F – критерий Фишера</p> <p>нет правильного ответа</p>

Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов
Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Модель, описывающая функционирование системы массового обслуживания, позволяет прогнозировать:	<p>затраты на обслуживание заявок</p> <p>показатели вероятности состояний системы</p> <p>скорость обслуживания заявок</p> <p>прибыль от обслуживания заявок</p> <p>нет правильного ответа</p>

SingleSelection	Особенность многофазной системы массового обслуживания в том, что в ней:	<p>различные заявки одновременно обслуживаются в параллельно функционирующих каналах</p> <p>скорость обслуживания заявок в канале изменяется на различных интервалах времени</p> <p>каждая заявка подлежит поэтапному обслуживанию в последовательно размещенных обслуживающих устройствах</p> <p>интенсивность поступления заявок в систему меняется на различных интервалах времени</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Особенность многоканальной системы массового обслуживания в том, что в ней:	<p>различные заявки одновременно обслуживаются в параллельно функционирующих каналах</p> <p>скорость обслуживания заявок в канале изменяется на различных интервалах времени</p> <p>каждая заявка подлежит поэтапному обслуживанию в последовательно размещенных обслуживающих устройствах</p> <p>интенсивность поступления заявок в систему меняется на различных интервалах времени</p> <p>нет правильного ответа</p>

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов
SingleSelection	Простейший входящий поток заявок в системе массового обслуживания характеризуется:	<p>ординарностью и отсутствием последействия</p> <p>ординарностью и стационарностью</p> <p>стационарностью</p> <p>ординарностью, стационарностью, отсутствием последействия</p> <p>нет правильного ответа</p>
SingleSelection	Очередь может возникнуть:	<p>в системе массового обслуживания, допускающую образование очереди,</p>

SingleSelection	Понятие потока вероятности характеризует:	при условии, что вновь поступившая заявка обнаруживает все обслуживаемые устройства занятыми
		в одноканальной системе массового обслуживания при условии, что в систему одновременно поступило более одной заявки
		в многоканальной системе массового обслуживания при условии, что в систему одновременно поступили две или более заявок
		нет правильного ответа
		переход системы из начального состояния в конечное
		переход системы из начального состояния в соседнее
		переход системы из предшествующего состояния в последующее
		переход системы из одного состояния в любое соседнее
		нет правильного ответа

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «хорошо» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов

Проверяемые компетенции

Задача

Используя экспертный метод “ранжирования альтернатив”, составьте итоговую матрицу SWOT-анализа сети ювелирных магазинов "Ювелирторга" (по пять альтернатив для “сильных” и “слабых” сторон, “возможностей” и “угроз”) по приведенным ниже данным (табл.).

Сделайте прогноз “возможностей” и “угроз” для сети ювелирных магазинов "Ювелирторга" при согласованности мнений шести экспертов, с высокой весомостью высказываний, с вероятностью 95%. Разработайте рекомендации по реализации “возможностей” и “устранению угроз” для сети ювелирных магазинов "Ювелирторга" в Калининградской области.

Таблица . Исходные данные к работе

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Широкий ассортимент	1. Не развиты дополнительные сервисы: доставка, фирменная упаковка, ремонт и т.д.
2. Широкий ценовой диапазон на продукцию	2. Высокая текучесть кадров
3. Наличие постоянных клиентов	3. Невысокий уровень зарплат у сотрудников
4. Разветвленная торговая сеть	4. Слабый маркетинг
5. Известность бренда	5. Большое количество конкурентов
6. Удобное расположение магазинов	6. Недостаточная квалификация продавцов
7. Хорошее качество продукции	7. Демотивирующая система компенсации у сотрудников, не стимулирующая увеличение продаж
8. Постоянно высокий спрос на продукцию	8. Недостаток внутрифирменных коммуникаций, отсутствие регулярного информирования сотрудников, слабая обратная связь
9. Успешное использование CRM-технологий	9. Недостаточный уровень инвестиций в маркетинг
10. Высокая квалификация менеджеров	

	10. Уровень цен выше, чем у конкурентов
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост доходов населения (покупательной способности) 2. Стимулирование использования населением ювелирных украшений в качестве долгосрочных инвестиций 3. Расширение ассортимента (столовые приборы, элементы интерьера и др.) 4. Занять долю рынка, оставляемую мелкими конкурентами 5. Появление новых технологий производства продукции, удешевляющее производство 6. Выход на новые рынки 7. Увеличение объема продаж за счет эффективных маркетинговых компаний 8. Поиск новых поставщиков на выгодных условиях 9. Участие в ювелирных выставках 10. Развитие сервисных услуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение арендной платы для сети магазинов 2. Выход на рынок новых конкурентов 3. Введение налога на роскошь 4. Изменение вкусов и предпочтений покупателей 5. Изменение модных тенденций в области ювелирных изделий 6. Снижение уровня жизни населения 7. Сбои в поставках продукции 8. Рост закупочных цен на продукцию 9. Уход квалифицированных менеджеров к конкурентам 10. Усиление позиций конкурирующих торговых сетей, занимающих значительные доли рынка

По результатам прогнозирования “возможностей” и “угроз” для сети ювелирных магазинов "Ювелирторга" разработайте систему организационно-управленческих мероприятий по повышению конкурентоспособности сети.

Задача. Проведите экспертный опрос пяти экспертов с целью ранжирования по степени угроз для сети ювелирных магазинов "Ювелирторга" (от главной до менее важной)

Угрозы	
1.	Увеличение арендной платы для сети магазинов
2.	Выход на рынок новых конкурентов
3.	Введение налога на роскошь
4.	Изменение вкусов и предпочтений покупателей
5.	Изменение модных тенденций в области ювелирных изделий
6.	Снижение уровня жизни населения
7.	Сбои в поставках продукции
8.	Рост закупочных цен на продукцию
9.	Уход квалифицированных менеджеров к конкурентам
10.	Усиление позиций конкурирующих торговых сетей, занимающих значительные доли рынка

Проранжируйте угрозы, проверьте гипотезу о согласованности мнений экспертов на основе коэффициента конкордации с вероятностью 95% на основе критерия Пирсона.

Задача. Прогнозирование экспертным методом групповой экспертизы Дельфи.

Используя данные файла формата EXCEL с результатами опроса экспертов по поводу ожидаемых затрат на питание в месяц (рублей) по результатам опроса 100 экспертов, спрогнозируйте значение показателя экспертным методом групповой экспертизы Дельфи. Результаты следует представить в lms-3.kantiana.ru в формате файла .xlsx в установленные дедлайном сроки. В ответе приведите формулу и расчет коэффициента вариации, а также воды о согласованности мнений экспертов.

Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Задача

По имеющимся данным о строительном рынке в Российской Федерации за одиннадцать лет, предлагается проанализировать динамику численности действующих строительных организаций (тыс.ед.) и объема работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство» (млрд. руб.) дескриптивно-статистическими методами (табл.). При необходимости предварительно приведите уровни ряда в сопоставимый вид. Методом “скользящих трехлетних средних” сгладьте исходные временные ряды для выявления основной тенденции. Предоставьте результаты анализа экспертам. Спрогнозируйте экспертным методом “Дельфи” значения показателей на будущий год. К экспертизе рекомендуется привлечь более 10 экспертов. Проверьте, сбылся ли экспертный прогноз по данным статистики.

Таблица . Исходные данные к работе

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Численность действующих строительных организаций, тыс.	12934 0	11837 4	113082	113720	114705	112846	122598	131394	155036	175817	182439
Объем работ, выполненных по виду	631, 8	873, 9	1021, 6	1256, 8	1537, 2	1993, 2	2618, 4	3493, 5	3618, 7	4398, 3	4572, 8

экономической деятельности «Строительство» в фактически действовавших ценах , млрд. руб.											
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

По результатам прогнозирования показателей о строительном рынке в Российской Федерации разработайте систему организационно-управленческих мероприятий по повышению конкурентоспособности строительной организации для Калининградской области

Задача

По имеющимся данным о строительном рынке в Российской Федерации за одиннадцать лет, предлагается спрогнозировать численность действующих строительных организаций (тыс.ед.) и объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство» (млрд. руб.) на будущий год (табл.). На основе метода однократного аналитического выравнивания по тренду рассчитайте точечные прогнозы для каждого показателя и доверительные интервалы с вероятностью 95%. Проверьте, сбился ли ваш прогноз по данным статистики.

Таблица. Исходные данные к работе

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Численность действующих строительных организаций, тыс.	129340	118374	113082	113720	114705	112846	122598	131394	155036	175817	182439
Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство» в фактически действовавших ценах , млрд. руб.	631,8	873,9	1021,6	1256,8	1537,2	1993,2	2618,4	3493,5	3618,7	4398,3	4572,8

По результатам прогнозирования показателей о строительном рынке в Российской Федерации разработайте систему организационно-управленческих мероприятий по

повышению конкурентоспособности строительной организации для Калининградской области.

Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей
Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Задача

Изучается зависимость предполагаемых затрат клиента автомобильного салона на приобретение автомобиля (предполагаемой стоимости автомобиля), тыс. руб. (Y) от пяти факторов: ежемесячного дохода респондента, тыс. руб. (X1); ежемесячных затрат респондента на бензин, тыс. руб. (X2); затрат на обслуживание автомобиля в месяц, тыс. руб. (X3); количества автомобилей в семье респондента, единиц (X4); возраста респондента (X5) (табл.50).

Требуется спрогнозировать стоимость покупки автомобиля для целевого сегмента “людей среднего класса, проживающих в г.Калининграде и области, обладающих следующими характеристиками X1=50тыс.руб.; X2=5тыс.руб.; X3=5тыс.руб.; X4=2единицы; X5=40лет” с вероятностью 95%.

Источник данных: Результаты анкетирования 100 респондентов – потенциальных клиентов одного из автомобильных салонов г. Калининграда – официального дилера европейского автомобильного бренда (респондентов отбирали методом случайного бесповторного отбора).

Таблица . Исходные данные к работе.

Фрагмент файла в формате пакета Statistica™ Таблица_L4_v1.sta

№ респондента	Y	X1	X2	X3	X4	X5
1	1194	60,9	2,7	3,9	1	49
2	1266	61,5	2,6	4,0	2	40
3	1307	65,9	1,4	4,2	1	45
4	1329	70,4	1,1	4,8	2	23
...
96	1043	67,3	2,9	3,4	2	38

97	971	58,6	3,1	3,1	2	34
98	951	55,1	3,1	2,8	2	37
99	1289	63,6	1,7	4,9	1	32
100	1012	50,4	1,4	1,3	2	46

Задача. По результатам прогнозирования показателей о строительном рынке в Российской Федерации разработайте систему организационно-управленческих мероприятий по повышению конкурентоспособности автосалона для Калининградской области.

Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов
Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Задача. Примените методы теории вероятностей и математической статистики для прогнозирования показателей эффективности работы системы массового обслуживания (например, бизнес-процесса обслуживания клиентов в нотариальной конторе или в поликлинике, обслуживания клиентов на автозаправочной станции, на автомойке, прикассовой зоны магазина и т.п.). Ознакомьтесь с методикой моделирования систем массового обслуживания на примере двухфазной системы массового обслуживания с отказами. Определите входные показатели работы бизнес-процесса. Постройте графическую модель (граф состояний) функционирования двухфазной системы массового обслуживания с отказами и получите показатели эффективности ее функционирования, используя возможности программной среды MATLAB™.

Задача. Проанализируйте полученные результаты моделирования, полученные при решении предыдущей задачи на основе проведенного анализа подготовить управленческие рекомендации.

Критерии и шкала оценивания компетенций
 Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых,

выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Тема 1. Теоретические аспекты прогнозирования. Методы и модели построения прогнозов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

1. История прогнозирования
2. Выдающиеся прогнозисты современности
3. Социально-экономические прогнозы, которые сбылись
4. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы логического моделирования: сценарного прогнозирования)
5. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Экономические индикаторы)
6. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы логического моделирования: морфологического анализа)

7. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы логического моделирования: прогнозирования по аналогии)

Проверяемые компетенции

1. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы логического моделирования: на основе “дерева решений”)
2. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (имитационное моделирование и прогнозирование на основе марковских процессов)
3. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы структурного моделирования - балансовые и оптимизационные)
4. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Генетические алгоритмы)
5. Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Искусственные нейронные сети)

Тема 2. Прогнозирование на основе экспертных методов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы экспертного прогнозирования)
 Практика применения в маркетинге экспертных прогнозных моделей и методов (отечественный и зарубежный опыт)

Тема 3. Прогнозирование на основе статистических методов анализа динамики (временных рядов)

Проверяемые компетенции

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (Методы прогнозирования по временным рядам)

Практика применения в маркетинге прогнозных моделей и методов прогнозирования по временным рядам (отечественный и зарубежный опыт)

Тема 4. Прогнозирование на основе статистических методов анализа зависимостей

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Практика применения в менеджменте метода (модели, методики) прогнозирования, не вошедшего в программу курса “Методы и модели прогнозирования” (производственные функции)

Практика применения в маркетинге регрессионных прогнозных моделей (отечественный и зарубежный опыт)

Тема 5. Прогнозирование на основе экономико-математических методов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Практика применения в менеджменте прогнозных экономико-математических моделей, не вошедших в программу курса “Методы и модели прогнозирования”

Практика применения в менеджменте прогнозных экономико-математических моделей (отечественный и зарубежный опыт)

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none">- актуальность проблемы и темы;- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none">- соответствие плана теме реферата;- соответствие содержания теме и плану реферата;- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;- обоснованность способов и методов работы с материалом;- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none">- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none">- правильное оформление ссылок на используемую литературу;- грамотность и культура изложения;- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;- соблюдение требований к объему реферата;- культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none">- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;- литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы для подготовки к зачету предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Предмет изучения прогностики.
2. Прогнозирование как функция управления.
3. История прогнозирования.
4. Объекты прогнозирования в задачах управления.
5. Роль прогнозирования в управлении предприятиями и организациями.
6. Прогноз и гипотеза: понятия, сходства и отличия.
7. Прогноз и программа: понятия, сходства и отличия.
8. Прогноз и план: понятия, сходства и отличия.
9. Характеристика основных подходов к прогнозированию.
10. Типология прогнозов.
11. Функции прогнозирования.
12. Принципы прогнозирования.
13. Этапы процесса прогнозирования.
14. Метод прогнозирования.
15. Классификация методов прогнозирования.
16. Общая характеристика экспертных методов прогнозирования.
17. Область применения экспертных методов прогнозирования в менеджменте организации.
18. Сравнительная характеристика методов индивидуальных экспертных оценок.
19. Сравнительная характеристика методов групповых экспертных оценок.
20. Методические подходы к формированию группы экспертов.
21. Согласованность мнений экспертов.
22. Применение экспертных оценок в менеджменте организации: прогнозирование тенденций изменения социально-экономических показателей.
23. Применение экспертных оценок в менеджменте организации: прогнозирования развития отраслевых рынков.
24. Применение экспертных оценок в менеджменте организации: прогнозирования развития фирм как субъектов отраслевых рынков.
25. Общая характеристика формализованных методов прогнозирования.
26. Область применения формализованных методов прогнозирования в менеджменте организации.
27. Особенности подготовки и предварительной обработки данных для прогнозирования формализованными методами (по временным рядам).
28. Ограничения на применение экстраполяционных методов прогнозирования.
29. Факторы, влияющие на формирование значений уровней рядов динамики.
30. Неслучайная составляющая рядов динамики и точечный прогноз.
31. Случайные составляющие рядов динамики и интервальные прогнозы.
32. Виды интервальных прогнозов.

33. Доверительная вероятность в прогнозировании.
34. Оптимистический, пессимистический и наиболее вероятный прогнозы.
35. Статистическое выравнивание и сглаживание временного ряда: скользящие средние.
36. Статистическое выравнивание и сглаживание временного ряда: повторное сглаживание.
37. Влияние сглаживания на сезонную компоненту временного ряда
38. Методика прогнозирования на основе экстраполяции по тренду.
39. Методики прогнозирования на основе адаптивных методов и моделей (метода экспоненциального сглаживания).
40. Статистическая оценка качества экстраполяционных прогнозов.
41. Особенности подготовки и предварительной обработки данных для прогнозирования формализованными методами (по регрессионным моделям).
42. Ограничения на применение регрессионного моделирования при прогнозировании.
43. Критерии отбора факторных признаков в регрессионную модель.
44. Однофакторные и многофакторные регрессионные модели.
45. Выбор формы регрессионной модели. Критерии.
46. Естественная и нормализованная форма многофакторной регрессионной модели, их особенности.
47. Эконометрическая оценка качества регрессионных моделей.
48. Эконометрические критерии: сущность и значение для прогнозирования (t-критерий Стьюдента).
49. Эконометрические критерии: сущность и значение для прогнозирования (F-критерий Фишера).
50. Методика прогнозирования на основе регрессионных моделей.
51. Статистическая оценка качества прогнозов на основе регрессионных моделей.
52. Средства и инструменты прогнозирования в среде Excel, Statistica
53. Особенности применения специализированных программных средств и современных информационных технологий в построении прогнозов и прогнозных моделей.
54. Прогнозирование тенденций изменения социально-экономических показателей на основе групповых экспертных оценок методом "Дельфи" в среде пакета Excel.
55. Прогнозирование тенденций изменения социально-экономических показателей методом "скользящих средних" в среде пакета Excel.
56. Прогнозирование развития отраслевых рынков методом экстраполяции по тренду в среде пакета Statistica.
57. Прогнозирование спроса на отраслевых рынках на основе многофакторных регрессионных моделей в среде пакета Statistica.
58. Прогнозирование портрета потребителя – клиента фирмы на основе многофакторных регрессионных моделей в среде пакета Statistica.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Зачет может проводиться как в форме собеседования по курсу, так и в форме тестирования в электронной среде ms-3.kantiana.ru. Тестовые задания и критерии их оценки представлены в разделе 6.3.1

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов, а так же посещаемость занятий, активность на практических занятиях, результаты выполнения практических заданий – решения задач.

Тестирование проводится после изучения тем учебного курса.

Промежуточный контроль может проводиться в форме собеседования по курсу или электронного тестирования по всем темам дисциплины, при этом используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое взвешенное оценок текущего и промежуточного контроля с учетом весовых коэффициентов.

Весовые коэффициенты для итогового рейтинга по дисциплине (зачет с оценкой)

вес	Тестирование	Подготовка реферата	Решение задач	Промежуточный контроль
	0,15	0,05	0,2	0,6

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Лукьянова, Н. Ю. Маркетинговое прогнозирование: учеб. для бакалавров/ Н. Ю. Лукьянова; Балт. федер. ун-т им. И. Канта. - Казань: Бук, 2017. - 191 с.: ил., табл. - Библиогр.: с. 169-173 (63 назв.). - ISBN 978-5-906873-82-8: Имеются экземпляры в отделах всего 16: УБ(14), ч.з.N5(1), ИБО(1)
2. Смирнова, Е. В. Основы экономического прогнозирования : учебное пособие / Е. В. Смирнова. — Оренбург : ОГУ, 2019. — 145 с. — ISBN 978-5-7410-2425-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/160035>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Лебедева, Т. В. Анализ временных рядов и бизнес-прогнозирование : учебно-методическое пособие / Т. В. Лебедева. — Оренбург : ОГУ, 2018. — 240 с. — ISBN 978-5-7410-2205-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159738>
2. Лукьянова, Н. Ю. Статистический анализ данных с использованием компьютера: учеб. пособие/ Н. Ю. Лукьянова; Калинингр. гос. ун-т. - Калининград: Изд-во КГУ, 2001. - 88 с. - Библиогр.: с. 78. - ISBN 5-88874-220-1: 18.00, 18.00, р. Имеются экземпляры в отделах всего 178: УБ(176), ч.з.N5(1), ИБО(1)

7.3. Для самостоятельной работы

1. Афанасьев, В. Н. Анализ временных рядов и прогнозирование: учеб. для вузов/ В. Н. Афанасьев, М. М. Юзбашев. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 227 с. - Библиогр.: с. 216-217. - ISBN 5-279-02419-8: 58.00; 40.00 р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего 3: НА(3)

2.Боровиков, В.П.

Популярное введение в программу Statistica/ В. П. Боровиков. - Москва: КомпьютерПресс, 1998. - 266 с. - ISBN 5-89959-042-4: 23.00 р. Имеются экземпляры в отделах: НА(1)

3. Литвак, Б. Г.

Экспертные технологии в управлении/ Б. Г. Литвак; Акад. нар. хоз-ва при правительстве РФ. - М.: Дело, 2004. - 399 с. - Библиогр. в конце разд. . - ISBN 5-7749-0347-8: 132.00 р.

Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

4. Светульников, И. С. Светульников, И. С.

Методы социально-экономического прогнозирования [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата/ И. С. Светульников, С. Г. Светульников ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва: Юрайт, 2015

5.Светульников, И. С. Светульников, И. С.

Методы социально-экономического прогнозирования [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата/ И. С. Светульников, С. Г. Светульников ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва: Юрайт, 2015

7.4. Нормативные документы

1. Федеральный закон 28 июня 2014 года N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации"
2. Постановление Правительства РФ от 11 ноября 2015 г. N 1218 "О порядке разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период"
3. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития РФ, утвержден Председателем Правительства РФ)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Росстата (<http://www.gks.ru>)
2. Официальный сайт Калининградстата (<https://kaliningrad.gks.ru/>)
3. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
4. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
5. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Для полноценного освоения дисциплины “Методы и модели прогнозирования” студентам рекомендуется придерживаться следующего подхода:

1. До начала учебного процесса следует самостоятельно ознакомиться с рабочей программой дисциплины, методическими рекомендациями по самостоятельной работе студентов по дисциплине, размещенными в СДО (lms-3.kantiana.ru).

2. Во время первого лекционного занятия студентам предлагается обсудить с ведущим преподавателем все возникшие организационные вопросы.

3. До начала изучения каждой темы студентам предлагается предварительно ознакомиться с рекомендуемой литературой по теме.

4. Во время проведения интерактивных лекционных занятий по теме рекомендуется принимать активное участие в обсуждении проблемных вопросов, поставленных ведущим преподавателем.

5. Перед проведением практических занятий по теме студентам предлагается самостоятельное повторение, пройденного на лекционном занятии материала, а также самостоятельное углубленное изучение теоретических вопросов по теме, вынесенных на самостоятельное изучение (смотри пункт Тематика самостоятельных работ), а после проведения практических занятий по теме - контрольных вопросов (смотри Вопросы для контроля).

6. Во время проведения практических (лабораторных) занятий по теме в компьютерной аудитории института рекомендуется принимать активное участие в решении конкретных задач, поставленных ведущим преподавателем.

7. В течение учебного семестра во время практических занятий проводятся тестирования с использованием портала lms-3.kantiana.ru. Если студент по каким-либо причинам не прошел тестирование во время занятий, он может это сделать до закрытия тестирования (дедлайна). Другой возможности пройти контрольное тестирование студентам не предоставляется.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Студентам рекомендуется в течение учебного семестра самостоятельно, регулярно отслеживать “дедлайны” назначенных к выполнению заданий (тестов), своевременно прикреплять выполненные задания в lms-3.kantiana.ru, отслеживать количество полученных баллов по дисциплине, решать с ведущим преподавателем все возникшие организационные вопросы на аудиторных занятиях или в часы консультаций.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

1) введение (постановка проблемы, история вопроса).

2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно:

строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.

3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимосвязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
 - свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;

- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.

- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
 - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Программа STATISTICA

Программа MatLab

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения практических занятий и тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 23 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 23 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Методы разработки и принятия управленческих
решений»**

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Методы разработки и принятия управленческих решений».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Тематика самостоятельных работ	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Задачи	14
6.3.3 Решение кейсов	15
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	24
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	25
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	26
7.1. Основная учебная литература	26
7.2. Дополнительная учебная литература.....	26
7.3. Для самостоятельной работы.....	27
7.4. Нормативные документы	29
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	29
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	33
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	34

Наименование дисциплины (модуля)

«Методы разработки и принятия управленческих решений»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Методы разработки и принятия управленческих решений» является формирование способности использовать количественные и качественные методы разработки управленческих решений для подготовки и обоснования направлений развития предприятий любой формы собственности, различных хозяйственных систем и структур.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: современные основы рационального подхода к разработке управленческих решений	ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: применять количественные и качественные методы обоснования управленческих решений в условиях риска и неопределенности, применять экспертные методы и технологии выработки решений		
Владеть: методиками обоснования выбора оптимального решения на основе критериев социально-экономической эффективности		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Методы разработки и принятия управленческих решений» представляет собой дисциплину части учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений (Б1.В.08) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	«Методы разработки и принятия управленческих решений»	Коммерческая деятельность
	Управление брендами		Разработка товарной политики
	Поведение потребителей		Управление продажами

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	Управление маркетингом		Маркетинговые коммуникации
	Интегрированная логистика		

Дисциплина изучается: на 3 курсе в бсеместре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	24
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	6
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	54,25
Самостоятельная работа	53,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений.	15	4	2	4	4	1		
Тема 2. Методы диагностики ситуации в процессе анализа	23	4	6	4	8	1		

организационных проблем.								
Тема 3. Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений	36	8	8	8	10	2		
Тема 4. Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.	33	8	8	8	7	2		
Итого	108	24	24	24	29	6	0,25	0,75
Контактная работа	54,25	24		24		6	0,25	
Самостоятельная работа	53,75		24		29			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений.	<p>Роль решений в современных организациях. Решения: определение, характеристики и области принятия. Функции управленческих решений в методологии и организации процесса управления. Основные характеристики лица принимающего решения. Менеджер как лицо, принимающее решения. Личностные оценки руководителя, поведенческие, ресурсные, информационные ограничения. Роли менеджера по классификации Г. Минцберга. Типология управленческих решений (УР).</p> <p>Общие положения технологии разработки рациональных УР. Методология и организация процесса разработки управленческого решения: типовая и детальная схема. Основные этапы разработки рациональных решений: подготовка (диагностика проблемы, обоснование целей, формулировка ограничений и критериев, выработка альтернатив, анализ альтернатив действий, оценка альтернатив, выбор альтернативы), принятие (утверждение, конкретизация, доведение до исполнителя, принятие исполнителем, разработка плана действий), реализация (действия, получение результатов, оценка и анализ результатов, обратная связь).</p>
2.	Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем	<p>Методы диагностики ситуации в инновационном процессе и анализа организационных проблем. Управленческая ситуация и многообразие задач Куб Говарда. Формирование системы целей. Проблемы в управлении: внутренняя структура и общие свойства. Структура проблемного поля, причинно-следственные связи. Профиль причин. Методы сбора и анализа информации. Метод Парето и структуризация причин появления проблемы методом установления причинно-следственных связей.</p> <p>Кейс-метод, «мозговой штурм» в ситуационном анализе, двухуровневое анкетирование методом «Дельфи», факторный анализ, многомерное шкалирование</p>
3.	Методическое обеспечение процесса	<p>Сущность экспертных методов. Процедура подбора экспертов. Характеристики качественных и некачественных экспертиз. Методы психологической активизации выработки</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	разработки управленческих решений	альтернатив: метод «мозгового штурма», морфологический анализ, методы ассоциаций и аналогий, контрольных вопросов и коллективного блокнота, метод «матриц открытия», синектика. Теория интеллект-карт Т. Бьюзена. Теория мышления по аналогии. Дж. Гаветти – Я. Ривкин.
4.	Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.	<p>Моделирование в процессе разработки инновационных решений: виды и этапы построения моделей. Концепции А. Тверски - Д. Канемана суждений в условиях неопределенности: эвристики и отклонения от рациональности. Приёмы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределённости и риска. Общее представление задач с риском. Правила принятия решений в условиях неопределенности без учета вероятности: максимум, максимум, критерий безразличия, минимум. Составление таблицы возможных доходов и возможных потерь.</p> <p>Правила принятия решений в условиях риска с учетом вероятности исходов: максимизация вероятности, оптимизация ожидаемого дохода (критерий Байеса). Чувствительность решений и стоимость достоверной информации. Расчет индекса риска.</p>

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений.	<p>Основные отличия в определениях понятия «управленческое решение». Структура этапов разработки управленческих решений.</p> <p>Дискуссия о применении нормативной и дескриптивной теорий разработки решений. Примеры суждений в условиях неопределенности: эвристики и отклонения от рациональности.</p> <p>Типы решений применительно к концепции развития организации. Применение методов классификации УР к типичным малым и средним предприятиям.</p>
2.	Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем	<p>Применение методов диагностики ситуации и анализа проблем. Применение методов активизации выдвижения альтернатив. Использование экспертов при разработке альтернатив. Различные стратегии и тактики, обеспечивающие становление креативного мышления.</p>
3.	Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений	<p>Формирование оценочной системы, перечня критериев, принципов выбора оптимальной альтернативы для конкретных примеров УР.</p> <p>Обсуждение примеров ситуаций и разработка для них системы ограничений и критериев выбора альтернатив.</p> <p>Решение кейса. Разработка системы ограничений и системы критериев для стратегического решения.</p> <p>Применение метода «мозгового штурма» для выработки предложений по различным управленческим ситуациям в группах, получение качественных экспортных оценок,</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		выработка рекомендаций по предложенной ситуации.
4.	Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.	Преимущества использования моделей при разработке УР и в организации. Три основных подхода к построению моделей процесса разработки решений (математическому моделированию), основанных на: теории статистических решений; теории игр; теории полезности. Методы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределённости и риска.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений.	Роль решений в современных организациях. Типология управленческих задач. Классификация управленческих решений. Система ролей менеджера. Менеджер как лицо, принимающее решения (ЛПР), основные черты ЛПР.
2.	Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем	Изучение альтернативной классификации методов принятия УР: аналитические, статистические, математического программирования, эвристические, активизирующие, методы получения экспертных оценок, метод сценариев и метод дерева решений. Формирование собственной вербально-числовой шкалы Харрингтона. Применение метода «Дельфи» для решения комплексных проблем
3.	Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений	Оценка выполнимости альтернатив. Формулировка ограничений и критериев. Виды различных критериев оценки альтернатив Качество управленческих решений и деятельности руководителя в целом: общие и отличительные черты. Свойства качественных решений для разных категорий ситуаций (использовать классификацию УР). Оценка качества.
4.	Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.	Общий вид платежной матрицы для различных исходных условий. Поиск информации о состоянии внешней среды, методы сбора информации о среде, оценка возможного риска некачественной информации Полезность для разных субъектов – индивидуального и группового лица, принимающего решения

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений.	ОПК-3	тестирование		Портал тестирования
Тема 2. Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем	ОПК-3	решение кейса		Письменно
Тема 3. Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений	ОПК-3	тестирование решение кейса, практическое задание		Портал тестирования письменно
Тема 4. Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.	ОПК-3	решение задач		Письменно
			Зачет	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3 способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Понимает базовые особенности разработки управленческих решений	1,2
2	Способен применять методы и инструменты обоснования управленческих решений	3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	

Умение выполнять оценку альтернатив с использованием классических и современных нестандартных, количественных и качественных методов принятия управленческих решений	Способен применять отдельные операции по оценке альтернатив с использованием классических методов принятия управленческих решений	Способен осуществлять аналитические и оценочные операции с альтернативами с использованием современных количественных и качественных методов принятия управленческих решений	Способен определить необходимость и выбрать адекватные классические и современные нестандартные, количественные и качественные методы принятия управленческих решений для оценки альтернатив	тестирование, решение кейса, контроль ируемая самостоятельная работа, зачет с оценкой
--	---	--	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к

отрицательных результатах освоения учебной дисциплины			изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Генезис теорий принятия рациональных управленческих решений

Проверяемые компетенции

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

1. К какой категории можно отнести разработку управленческих решений в общем виде?

- связующие процессы управления
- функции управления
- инфраструктура управления

2. Из перечисленных ниже характеристик выделите важнейшие признаки, характеризующие любое управленческое решение?

- наличие назревшей проблемы;
- наличие субъекта управления, наделенного соответствующими полномочиями;
- наличие коллегиального органа, наделенного соответствующими полномочиями;
- направленность на систему коллективного труда.

3. Из набора признаков выберите те, которые относятся к стратегическим инновационным решениям.

- выполняют роль по реализации тактики фирмы
- являются долговременными
- направлены на будущее развитие фирмы
- ориентированы на реализацию текущей цели
- воздействуют на всю организацию

4. Что из ниже перечисленного НЕ является организационной патологией?

- маятниковые решения;
- решения, игнорирующие организационную иерархию;
- противоречивые решения;
- инновационные решения;

5. Выберите определение эвристических инновационных решений

- Решения на основе строгой формализации процедур и операций
- Решения на основе использования логики, опыта, знаний ЛПП
- Решения на основе использования методов математического программирования и статистических методов

6. Выберите правильное утверждение:

- Интуитивные решения затратны при их формировании и разработке
- Интуитивные решения приходят неожиданно, помогая решать разноплановые задачи
- Интуитивные решения являются надежными для руководителей высшего звена

7. Приемлемость инновационной альтернативы означает:

- Мера, в которой выбор и реализация инновационной альтернативы обеспечивают достижение целей
- Соответствие объема и набора требуемых ресурсов имеющимся
- Уровень риска при реализации данной инновационной альтернативы

Тема 3. Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

1. Выберите определяющую характеристику метода экспертных оценок «Дельфи»

- проведение многоэтапного анкетирования
- опрос экспертов
- выявление общего мнения экспертов в результате дискуссии

2. Чем определяется эффективность использования метода «мозгового штурма»?

- информационным обеспечением исследовательской группы
- сочетанием методологии и организации работы исследовательской группы
- организационными условиями реализации творческого потенциала каждого из членов исследовательской группы

- временным регулированием работы исследовательской группы
3. При использовании какого экспертного метода основным правилом является запрет на критику мнений экспертов?
- метод «Дельфи»
 - метод эвристического прогнозирования
 - метод программного прогнозирования
 - метод коллективной генерации идей
4. Выберите метод, который не используется в рамках ТРИЗ (теории решения изобретательских задач)
- метод Робинзона Крузо»
 - метод Гулливера
 - метод Колумба
5. Выберите верное расположение методов отбора экспертов по степени распространенности (от самых популярных к редким).
- документальный, экспериментальный, голосование выборщиками, самооценка кандидатов в эксперты
 - экспериментальный, голосование выборщиками, документальный, самооценка кандидатов в эксперты
 - самооценка кандидатов в эксперты, голосование выборщиками, экспериментальный, документальный
6. В рамках какого метода экспертных оценок возможно применение вопросника А. Осборна?
- метода «матриц открытия»
 - метода «мозгового штурма»
 - метода коллективного блокнота
7. Сопоставьте определения общих признаков оценки альтернатив с их описанием
- | | |
|--------------|---|
| Приемлемость | уровень риска при реализации данной альтернативы |
| Уязвимость | соответствие объема и набора требуемых ресурсов имеющимся |
| Выполнимость | мера, в которой выбор данной альтернативы обеспечивает достижение целей |
7. Выберите утверждение, отражающее сущность метода простого ранжирования альтернативных вариантов
- эксперту предлагают определить, относятся ли альтернативы к одному классу элементов или к разным.
 - из каждой пары эксперт выбирает лучший, затем сравнивает его со следующим и т. д.
 - из набора альтернатив эксперт выбирает наиболее предпочтительный, затем лучший среди оставшихся и т. д.
8. Экспертный метод разработки инновационных решений эффективно реализуется при условии, когда:
- решения рассчитаны на широкий круг потребителей;
 - ситуации имеют сходный или повторяющийся характер;
 - в решении принимают участие несколько специалистов с различными предметами заинтересованности.
9. Определение предварительно выбранными экспертами сравнительных балльных оценок различных простых рисков инновационного проекта характерно для

- метода экспертных оценок;
- метода увеличения премии за риск;
- метода анализа чувствительности результатов оценки эффективности инновационного проекта.

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 51 – 67 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 68 – 85 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 86 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 4. Управленческие решения в условиях неопределенности и риска.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

1. Компания «Чайка» является производителем косметической продукции. В текущем году был разработан инновационный продукт - кислородный крем для рук. Генеральный директор должен решить, сколько тюбиков крема следует производить в течение следующего года. Он проанализировал информацию, касающуюся объема продаж предыдущих модификаций крема за 10 предшествующих периодов, используя метод аналогии. За этот период в течение шести лет объем спроса составлял 50 тыс. тюбиков крема ежегодно, в течение трех лет – 25 тыс. тюбиков ежегодно, в течение 1 года – 70 тыс. тюбиков. Компания продает каждый тюбик крема по цене 25 руб. (затраты на производство составляют 20 руб. за штуку). Согласно техническим особенностям инновационного продукта, если косметический крем не продается в течение года, он портится и компания не получает дохода. Компания теряет дополнительно по 5 руб. в расчет на каждый тюбик крема в случае неудовлетворенного спроса. Сколько тюбиков крема следует производить в течение года? Используйте все возможные критерии выбора оптимального решения, опишите, что значит для ЛПР использование каждого из критериев. Рассчитайте, сколько компания «Чайка» может заплатить за получение достоверной информации. Будет ли выбор решения чувствительным в случае равновероятностного объема спроса на рынке?

2. Предпринимателю предстоит принять инновационное решение по выходу на новый для компании рынок реализации продукции. Его фирма осуществляет производство мягкой мебели на экспорт в Германию или в Польшу. Он может получить дополнительную информацию о том, будет ли рынок мягкой мебели в той или иной стране благоприятным. Эта информация обойдется предпринимателю в 50 тыс. руб. Он

уже заказывал подобную информацию ранее в течение 10 предшествующих периодов, и только в течение 6 периодов такая информация оказывалась надежной. Если рынок будет благоприятным в Германии, то производство мягкой мебели принесет прибыль 800 тыс. руб. в год, и в Польше – 400 тыс. руб. В случае неблагоприятного рынка в Германии предприниматель потеряет 700 тыс. руб. и 400 тыс. руб. в Польше. При отсутствии дополнительной информации, существует равновероятная возможность благоприятного рынка в Германии и 80% шансов на успех в Польше. Положительный вариант обследования гарантирует благоприятный рынок в Германии с вероятностью 0,75 и в Польше – 0,86. При отрицательном результате анализа рынка он может оказаться благоприятным в Германии в 42 случаях из 100 и в Польше в 40 случаях из ста. Постройте «дерево» решений. Определите, какие решения следует принять предпринимателю с учетом максимизации ожидаемого дохода.

3. Для финансирования инновационного проекта Васильеву необходимо занять 250000 руб. сроком на 1 год. Банк может одолжить ему деньги под 20% годовых. Из прошлого опыта руководству банка известно, что 15% клиентов при реализации инновационных проектов становятся банкротами и не возвращают ссуду. Банк решает вопрос о предварительной проверке кредитоспособности клиента. Аудиторская компания берет 500 руб. с банка за каждую проверку. Руководству банка придется решить, проводить ли проверку и выдавать ли после этого ссуду. Решая первую проблему, банк проверяет правильность выдаваемых аудиторской фирмой сведений. Для этого выбирают 500 человек, которые были проверены и которым потом выдали ссуды. Так, из 400 случаев, когда аудиторская фирма рекомендовала выдать ссуду, клиент возвращал ее в 358 случаях, а из 100 случаев, когда не рекомендовали выдавать ссуду, клиенты возвращали деньги в банк в 50 случаях. Какой набор решений следует принять руководству банка относительно информации и финансирования инновационного проекта? Постройте «дерево» решений.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Решение кейсов

Тема 2. Методы диагностики ситуации в процессе анализа организационных проблем.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Пример кейса.

КЕЙС «Волшебный горшок»*Небольшому предприятию «Керамика-Глазов» трудно выдержать конкуренцию с крупными российскими и китайскими производителями. Владельцы компании хотят найти уникальную нишу на рынке, но пока не знают, как организовать поиски.*

Керамический комбинат в городе Глазов, административном центре Удмуртии, был основан в 20-х годах прошлого века. Компания изготавливала керамическую посуду, тару, бытовые изделия. Во многом тот же профиль унаследовало предприятие ООО «Керамика-Глазов», владельцами которого сейчас являются три человека, в том числе генеральный директор Сергей Агафонилов.

Производственные площади комбината составляют 2,6 тыс. кв. м. Здесь работает около 100 человек, выручка компании — 2–2,5 млн руб. в месяц. «Таких небольших керамических комбинатов в России немало, многие были основаны при советской власти. Треть из них уже закрылась, старое оборудование не позволяет конкурировать с крупными российскими заводами, имеющими современное производство, а также производителями из Китая. Себестоимость продукции у них ниже, а следовательно, ниже и цена», — рассказывает Агафонилов.

«Керамика-Глазов» держится за счет устоявшейся клиентской базы и низкой стоимости рабочей силы: в небольшом городе с населением 100 тыс. человек 15 тыс. руб. в месяц считается неплохой зарплатой. В течение десяти лет предприятие приносило акционерам стабильную, хоть и небольшую прибыль. Но продажи основного ассортимента (посуда, вазы, кашпо) падают на 1–2% в месяц уже в течение двух лет. Несколько месяцев назад Агафонилов взял на себя руководство предприятием, надеясь вывести его из кризиса и найти новые перспективные ниши.

Товары для дома

Ассортимент «Керамика-Глазов» состоит из примерно 500 позиций. Это керамическая посуда, горшочки для жаркого, формы для заливного, супницы и бочонки для меда, вазы и кашпо, ландшафтные фигуры для сада. Кроме того, компания выпускает тематические сувениры к праздникам, фигурки зверей и персонажей популярных мультфильмов, амфоры, панно, декоративные подставки, всегда актуальные колокольчики и теремки, свадебные фигурки, лапти и валенки.

Разработкой дизайна всех изделий занимается художественный отдел из трех человек. Комбинат использует местную и привозную глину, несколько поставщиков из разных регионов привозят необходимые ингредиенты (шамот, жидкое стекло, флюс, нефелин, глазурь). Производственные мощности полностью загружены, завод выпускает 15–20 тыс. изделий в месяц.

Постоянными покупателями керамики являются несколько крупных торговых сетей, остальная продукция уходит в небольшие магазины, напрямую или через оптовые фирмы. Ассортимент расходуется по всей европейской части России. Сотрудничает «Керамика-Глазов» и с несколькими ликеро-водочными предприятиями, обеспечивая их сувенирными бутылками под бальзамы. Компания реализует около 20 тыс. подобных бутылок в год.

Оптовая стоимость кашпо и ваз составляет от 60 до 700 руб. за штуку, горшочков и другой посуды — 50–150 руб., сувениров — от 40 до 400 руб. Ландшафтные керамические фигуры продаются по цене от 200 до 850 руб.

Примерно 50% продукции изготавливается с помощью литья и с использованием гипсовых форм, 35% — штамповкой. Более дорогие изделия — предметы, изготавливаемые вручную, — отлить промышленным способом невозможно. Это некоторые вазы и кашпо, а также ряд сувениров. Всего в ассортименте предприятия они составляют около 15%.

Рентабельность основной продукции, выпускаемой с помощью штамповки и литья, невысока. «Некоторые позиции не приносят нам прибыли, но они востребованы, а клиентам удобно закупать в одном месте весь товар», — поясняет предприниматель.

Средняя рентабельность производства составляет 10–15%, правда, у «Керамика-Глазов» есть и более рентабельные позиции, например сувениры, выпуск которых предприниматели наладили год назад. «Сувенирное направление оказалось очень перспективным, производство некоторых изделий позволяет получить прибыль до 100%. Некоторое время заказчики привыкали к новому ассортименту, но потом он „пошел“. Мы планируем расширять это направление, делать гербы городов, сувениры к памятным датам, осваивать туристическую и дачную тематику»,— говорит гендиректор. Маленькие фигурки не только рентабельны, но и позволяют оптимизировать производственный процесс. Например, для обжига их можно ставить в печь внутри более крупного изделия, тем самым экономится электричество.

Помимо запуска в производство сувениров, предприниматели сумели сократить количество брака и боя, достигнув среднеотраслевых показателей. Но выжить только за счет этих мер, по мнению Агафоникова, вряд ли получится.

Керамическая ниша

Большие затраты на производство — основной бич старых комбинатов. Гончарный цех завода был построен в 1978 году, тогда же было приобретено основное оборудование. «Для обжига мы используем старые печи, которые работают на электричестве. Современные печи работают на газе: он дешевле на 30%. Но такая печь стоит около 2,5 млн руб., маленькие предприятия не имеют таких ресурсов»,— говорит Агафоников.

Без модернизации оборудования, по его мнению, заводу не обойтись — это первоочередная задача. Сейчас компания собирается взять кредит в размере 15 млн руб. в Сбербанке под 6% годовых и сроком на пять лет, заложив основные средства (здания и оборудование), стоимость которых оценивается в 25 млн руб. Денег хватит на переоборудование литейного цеха и покупку новых литейных машин. «Это позволит сделать конкурентоспособной основную продукцию и остановить падение продаж. У нас лояльная клиентура, если мы сможем продавать товар по ценам, которые предлагают крупные заводы, покупать будут у нас»,— уверен Агафоников.

Модернизация, по мнению предпринимателя, поможет заводу продержаться на плаву год или два. Но, чтобы предприятие могло развиваться и конкурировать с крупными поставщиками, этого недостаточно. «Конкуренты ведь тоже не стоят на месте. Крупные предприятия вкладывают в оборудование и технологии до 1 млн евро и постоянно совершенствуют производственный процесс»,— говорит он. К тому же себестоимость продукции зависит от объемов выпуска, а у «Керамика-Глазов» объемы несопоставимы с крупными российскими или китайскими заводами. Агафоников уверен, что небольшому предприятию необходимо найти свою, пусть даже узкую, нишу и попытаться стать в ней лидером.

НИОКР для комбината

Производители керамики, по словам Агафоникова, сейчас переживают не лучшие времена. В Европе, например, многие предприятия закрываются, не выдержав конкуренции с Китаем, а продажи керамики в целом падают. В то же время в США и России они растут. «Высокохудожественная керамическая посуда всегда будет востребована. Керамические ножи — очень удобная вещь. Кроме того, сейчас появляются новые технологии, которые позволяют выпускать изделия, покрытые светящейся глазурью»,— говорит предприниматель.

Со стороны промышленности растет спрос на композитные материалы с использованием керамики. Из таких материалов делают, например, сопла для горелок и форсунки для газовых плит, лопатки для турбин. Металлокерамика активно используется в стоматологии и других отраслях.

Главное в производстве новых видов изделий из керамики — печи. Но оборудование комбината «Керамика-Глазов» имеет ограничения. «Температура наших печей — 1000–1100 оС. Мы можем выпускать только изделия из глиняной массы. Для фарфора, фаянса, металлокерамики требуются печи с другими температурными режимами. Мы можем

проводить обжиг керамической плитки, но для массового ее выпуска нужна дорогая автоматическая линия штамповки. Кроме того, нужно разработать технологический процесс и состав керамической массы»,— поясняет Агафонилов.

В принципе завод может взять кредит, закупить любое сырье и поставить любое дополнительное оборудование. «У нас не самая затратная отрасль, стоимость внедрения новой перспективной технологии не должна превысить \$500 тыс.»,— говорит Агафонилов.

Однако отдела R&D (research and development) или НИОКР на небольшом комбинате никогда не было. «Мы просто не можем себе позволить содержать такой отдел. Разработками занимаются лаборатории при крупных заводах, например на градообразующем предприятии Глазова — Чепецком механическом заводе. Там изучают, в частности, технологии изготовления металлокерамики»,— говорит гендиректор. Правда, сотрудничать с государственными предприятиями, по опыту Агафонилова, очень сложно. Проще найти отдельных изобретателей или партнеров в лице частных предприятий, научных учреждений. «Мы можем купить патент на технологию или договориться о ее внедрении на условиях последующих выплат с продаж»,— говорит топ-менеджер.

Но сначала надо изучить рынок, выявить перспективные продукты, направления, найти партнеров, оценить стоимость внедрения. Сейчас в «Керамика-Глазов» анализом рынка занимается небольшой коммерческий отдел, в котором работают четыре менеджера и руководитель. Основная его функция — продажи, кроме того, сотрудники отслеживают деятельность конкурентов и получают обратную связь от клиентов, выясняют, какую новую продукцию хотели бы видеть заказчики. «Но получить полезную информацию от клиентов практически не удается. Наш ассортимент их устраивает, разве что просят что-то улучшить. Искать интересные решения стоит в других, смежных сегментах, например на рынке b2b»,— говорит предприниматель.

Агафонилов думает о том, чтобы возложить поиски новых направлений на сотрудников коммерческого отдела, выделив на это часть их рабочего времени и увеличив зарплату, но не уверен, что этот путь правильный. Другой вариант — найти специалиста, возможно, готового работать дистанционно, поскольку в Глазове подходящих специалистов может не быть.

Иная задача, связанная с развитием,— расширение художественного производства. Выпуск изделий с интересным и оригинальным дизайном также мог бы стать для компании уникальным позиционированием. Однако штатные художники заняты текущими задачами, а дизайнеров, которые могли бы заняться поиском новых идей, у комбината нет. Выход Агафонилов видит в поиске партнеров среди художественных и дизайнерских студий, но пока не совсем понимает, как это сделать.

Полученный кредит акционеры собираются потратить на новые литьевые машины, но также готовы в течение года ежемесячно тратить до 100 тыс. руб. на развитие. Пока они обдумывают первые шаги в поиске новых ниш, но в дальнейшем возникнут и другие вопросы. Например, как оценить коммерческие риски при внедрении новых продуктов. «Закладываться на неудачу», как это, скажем, делают фармацевтические компании при разработке лекарств, небогатое предприятие не может.

Задания:

- 1. Проанализируйте, как выжить в условиях жесткой конкуренции с крупными российскими и зарубежными производителями керамики?**
- 2. Разработайте альтернативы, как предприятию найти свою нишу?**
- 3. Как небольшому предприятию с ограниченным бюджетом организовать работу по разработке управленческих решений?**

Тема 3. Методическое обеспечение процесса разработки управленческих решений.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Пример кейса.

КЕЙС «Перспективна ли компания “Технополимер”?»

На заседании совета директоров компании «Технополимер» Сергей Крутько и Николай Смирнов обсуждали вопрос об уровне конкуренции в отрасли и выборе дальнейшей стратегии развития в связи с запуском производства новых видов продукции.

История развития компании

Российский предприниматель Сергей Крутько, накопив достаточный стартовый капитал, решил осуществить давнюю мечту – создать свое высокотехнологичное производство. Выбор пал на производство упаковки. В августе 1997 г. была куплена небольшая производственная фирма, обладающая небольшим станочным парком. "Выбор компании был совершенно случаен", - говорит владелец компании Сергей Крутько. «На принятие данного решения оказал влияние и тот факт, что у меня военное техническое образование». Оборудование компании имело одну особенность: его легко можно было переналадить под производство любой продукции. «Имея в своем распоряжении не сложное оборудование, мы легко и с минимальными издержками могли настроить станки для производства различных пленок, упаковок, пакетов».

Так появилась компания «Технополимер», которая начала свою деятельность с производства мешков для мусора, фасовочных пакетов и парниковой пленки. Эта продукция пользовалась достаточно хорошим спросом. Основными конкурентами на тот момент были компании, ввозившие на территорию области аналогичную продукцию из-за рубежа (Польша, Литва, Германия), а также несколько небольших компаний, производящих пластиковую упаковку. Причем все эти компании имели практически идентичный ассортимент выпускаемой продукции.

В условиях ужесточения конкуренции компания вряд ли могла выжить без развития, производства качественной продукции и, соответственно, инвестиций. Банки неохотно работали с малым бизнесом, а своих средств было недостаточно. «Я понимал, что парниковая пленка, в большей степени, - это сезонный товар. И останавливаться на нашем ассортименте нельзя. Для получения дополнительных инвестиций я решил обратиться с деловым предложением к своему приятелю. Это, на мой взгляд, был единственный выход». Так, в феврале 1998 года в состав совладельцев компании вошел Николай Смирнов.

Компания закупила дополнительное оборудование: станки для флексографии, нанесения цветных рисунков на производимую упаковку. Это позволило компании выйти на новые сегменты рынка. Объем производства увеличивался, рынок рос. «Технополимер» задумался о своих конкурентных преимуществах и сделал упор на качестве производимой продукции.

Однако, кризис августа 1998 г. не обошел и «Технополимер». Большие потери у компании были из-за курсовой разницы: сырье покупалось только качественное и у известных химических компаний за валюту. Но на восстановление от последствий кризиса ушло всего 2-3 месяца.

Через год после кризиса на территории области резко началось развитие торговых компаний. Стали появляться крупные супермаркеты, а затем и сети магазинов и супермаркетов. Спрос на упаковку и пластиковые пакеты стал резко увеличиваться. Возможности имеющегося оборудования позволяют легко менять ассортимент выпускаемой продукции компании. Сергей Крутько: «Благодаря нашей репутации как производителя качественной продукции, мы получили долгосрочные заказы от ряда торговых сетей на упаковку, выполненную в фирменном стиле, а также на производственную упаковку». Все это позволяет «Технополимеру» всегда занимать лидирующее положение среди конкурентов на местном рынке.

«Анализ тенденций развития рынка полимерной продукции показал, что для удержания своих позиций и увеличения доли нужно что-то большее, чем просто производить качественную продукцию: конкуренты тоже это могут», - продолжает С. Крутько. «Мы задумались об использовании ноу-хау. Нас стали интересовать новые технологии как в процессе производства, так и новые виды продукции». Советом директоров компании «Технополимер» было принято решение о развитии бизнеса в сторону усложнения технологических процессов. Постоянное отслеживание новинок, поездки на выставки и ярмарки привели к тому, что 70% производимой компанией продукции – уникальны на региональном рынке. Сергей Крутько: «Нас интересует только продукция, которая приносит нам наибольшую прибыль. Как только конкуренты начинают в большом объеме производить какую-либо продукцию из нашего ассортимента, такая продукция, в большинстве случаев, становится нам не интересной». Если по какому-либо виду упаковки конкуренция ужесточается, компания ищет новые инновационные продукты, осваивает новые технологии и переключается на их производство.

С 2002 г. компания «Технополимер», первая в регионе и пока единственная, производит комбинированную упаковку (с межслойной печатью) и пищевую пленку толщиной 8 микрон. В Северо-западном регионе конкуренция на такую продукцию также пока небольшая.

К настоящему моменту компания «Технополимер» занимается выпуском производственной упаковки, сложной упаковки (комбинированная многослойная упаковка с рисунком между слоями), пищевой стрейч-пленки, а также пакетов, мешков и другой упаковочной продукции из пластика.

Для производства комбинированной упаковки компанией была закуплена новая итальянская производственная линия. Сергей Крутько: «Для производства же пищевой пленки нам достаточно было купить в Польше некоторые элементы, устройства и запчасти. С их помощью мы, опять же используя личный технический потенциал, собрали необходимые станки».

Стрейч-плёнки - это, в основном, плёнки для упаковки пищевых продуктов. Использование самого высококачественного сырья обеспечивает превосходную прозрачность. Наряду с высокой прочностью и прозрачностью эта плёнка сохраняет свои свойства при глубокой заморозке. Плёнка толщиной 8 мкм предназначена для упаковки продуктов в розничной торговле. Стрейч-плёнки, предназначенные для упаковки пищевых продуктов, не имеют никаких вредных добавок и потому совершенно безопасны. Они сертифицированы и широко используются во всех странах мира. На сегодняшний момент, данный вид плёнки прочно вошёл в жизнь, благодаря её уникальным свойствам.

Стрейч-плёнка обладает «клиг-эффектом», т.е. способностью слоёв плёнки слипаться между собой.

Методом экструзии с раздувом производятся растягивающиеся пленки (пищевые пленки), в которых содержится слой из PE-LLD, а также пленки из металлоценовых полиэтиленов, которые обеспечивают высокую прочность при сильном растяжении, а поверхностный слой (клеевой) – достаточное сцепление, для защиты грузовой единицы или же для формирования обертки на продукте.

Несмотря на то, что вначале растягивающиеся пленки рассматривались как экономное дополнение в сфере применения термоусадочных пленок, в настоящее время их применение стало более выгодным по сравнению с использованием термоусадочных пленок, что привело к очень высокой динамике дальнейшего роста их потребления. Использование растягивающейся пленки вместо термоусадочной для защиты грузовых единиц позволило снизить расход полиэтилена примерно на 50%.

Новейшие технологии упаковки пищевых продуктов, в том числе вакуумная упаковка, или асептическая упаковка, требуют облагороженных упаковочных материалов, обладающих, например, высокой барьерностью или же устойчивостью сварных швов к повышенной температуре при тепловой обработке продуктов. Облагораживание упаковочных материалов связано с: печатью, нанесением покрытия, ламинированием.

Облагораживание упаковочных материалов объясняется стремлением к обеспечению качества пакуемых продуктов, а тем самым – удлинению срока годности, расширению области применения как с точки зрения ассортимента продуктов, так и более выгодных систем консервирования и упаковки, обеспечением пакуемых продуктов такими презентативными свойствами, которые бы не только закрепили их на рынке, но также обеспечили рост продаж. Один из таких способов – ламинирование.

Технология ламинирования без растворителя привела к развитию межслойной печати, отличающейся эстетическими (видимая сквозь слой пленки печать имеет высокий блеск), функциональными (печатный текст не стирается), а также гигиеническими (отсутствует угроза непосредственного контакта пакуемого продукта с типографской краской) свойствами.

Как видим, процесс производства упаковки из полимерных материалов довольно сложный, требующий специального оборудования и подготовки специалистов.

В настоящее время «Технополимер» закупает сырье в России (20-25%), Польше, Франции, Бельгии. Краски для флексографии поступают из Финляндии. Сергей Крутько: «Требования к качеству нашей продукции по-прежнему очень высоки. К закупаемому сырью предъявляются жесткие требования. Наличие сертификатов обязательно». В начале 2003 г. было принято решение о введении должности заместителя директора по качеству. Рассматривается вопрос о внедрении системы ISO 9000.

«Технополимер» не проводит значительных рекламных кампаний. Информация о «Технополимере» размещается только в справочниках. Мероприятиями по маркетингу занимается частично отдел сбыта. Работа отдела сбыта заключается в приеме заявок на разработку дизайна упаковки и ее поставки. Основные покупатели продукции компании вышли на «Технополимер» самостоятельно через информацию в справочниках и в настоящий момент являются постоянными клиентами компании. Сергей Крутько: «Недавно, правда, на одном из совещаний было принято решение о проведении пробной рекламной кампании в местных СМИ, которая будет заключаться в размещении

рекламных объявлений в некоторых газетах. На мой взгляд, это будет, в большей степени, имиджевая реклама».

Генеральный директор посещает различные выставки, на которых получает информацию о потенциальных покупателях продукции «Технополимера». Директор самостоятельно отслеживает ситуацию по возможным конкурентам.

Сергей Крутько: «Не смотря на то, что мы не проводим рекламных акций, проблем с клиентами у нас нет. Иногда объемы поступающих заказов превышают наши производственные возможности».

Рынком сбыта продукции «Технополимера» являются как Калининградская область (около 50%), так и регионы России (преимущественно, Москва и Санкт-Петербург). За пределы области компания стала поставлять свою продукцию с 2000 года. Клиентами компании являются сети супермаркетов (не только Калининградского региона), производители круп и компании, занимающиеся их расфасовкой, производственные компании и др. Объемы производства значительно увеличиваются с октября по ноябрь за счет заказов на новогоднюю упаковку. На местном рынке компания удерживает приблизительно 60%-ую долю.

По отдельным видам производимой продукции потребительский рынок является растущим (например, рынок сложной упаковки).

Успеху компании «Технополимер» способствует и геополитическое расположение Калининградской области. Особая экономическая зона, действующая на территории области, предоставляет всем работающим в ней предприятиям льготный таможенный режим. Таким образом, потребителям продукции «Технополимера» выгоднее покупать эту продукцию в Калининграде, чем в России. Льготное налогообложение также позволяет компании закупать сырье без НДС.

В начале развития компании «Технополимер» число сотрудников составляло 25 человек. Сегодня же только административно-управленческий персонал составляет 25 человек, а всего на предприятии трудится 120 человек.

Организационная структура линейно-функциональная. Все управленческие решения, в том числе по маркетингу, принимаются директором. Средний возраст сотрудников – 30-35 лет, специалисты достаточно энергичны. Однако следует отметить, что существуют некоторые проблемы с набором сотрудников. Особое геополитическое положение региона создает не только преимущества, но и некоторые проблемы. Это относится и к рынку труда. Региональный рынок достаточно ограничен. Кроме того, рабочие специальности очень не популярны среди молодежи в последние годы. Эксклавность территории и ее расположение среди стран-членов ЕС затрудняет приезд специалистов из других регионов России и ближайшего зарубежья. Очень часто компания вынуждена прибегать к переманиванию специалистов из других компаний.

Производственная структура компании «Технополимер»: участок производства пленки (экструзии, или «выдува») пленки; участок покраски /нанесения рисунка (флексграфия); участок ламинации и нарезки пленки; участок перемотки пленки; участок резки пакетов; участок переработки отходов; ремонтная мастерская; склад.

На участке переработки отходов перерабатываются не только отходы своего производства, но также и пластиковые отходы других компаний. Получаемое в результате переработки сырье используется для производства мешков для мусора.

Помещения, в том числе производственные, компания арендует.

Не смотря на то, что «Технополимер» в настоящее время занимает лидирующее положение на региональном рынке упаковки, постоянный рост конкуренции заставляет искать пути укрепления своих позиций. Одним из основных способов достижения этого является, как указывалось, освоение новых технологий и запуск производства новых видов продукции. В настоящее время компания является пока единственным в регионе производителем стрейтч-пленки и продукции с межслойной печатью. Перед компанией встал вопрос о дальнейшем расширении машинного парка: обсуждается необходимость приобретения дополнительного оборудования по производству пленки, как пищевой, так и промышленной, а также оборудования для перемотки пленки (для производства рулонной пленки). По оценкам (владельцев компании) рынок производственной упаковки, рулонной пленки растет. Кроме того рассматривается вопрос о возобновлении производства парниковой пленки (для расширения ассортимента).

Задания:

1. *Примените известные вам методы разработки управленческих решений, чтобы сформулировать возможные пути развития компании «Технополимер».*
2. *Обоснуйте ключевые факторы успеха для данной компании.*

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «**зачтено**», «**не зачтено**»

Проверяемые компетенции:

ОПК-3	способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Вопросы к зачету:

1. Характеристики процесса разработки решений в организационном контексте. Организационные патологии при РУР.
2. Классификация и структура типов решений в организации.
3. Распределение решений в организации по уровням и роль решений в стратегическом развитии.
4. Этапы разработки рациональных управленческих решений.
5. Теория интеллект-карт Т. Бьюзена (Mind Maps)
6. Информационное обеспечение разработке управленческих решений в организации.
7. Экспертные технологии при разработке управленческих решений в организации.
8. Технологии выбора оптимальной альтернативы при разработке управленческих решений.
9. Психологические особенности процесса разработки управленческих решений в организации.
10. Скрытые ловушки при принятии решений (Джон С. Хэммонд, Ральф Л. Кини, Говард Райфа).
11. Характеристика и особенности групповых (коллективных) решений. Феномены групповых решений.
12. Суждения в условиях неопределенности: эвристики и отклонения от рациональности.
13. Управленческие модели оценки риска управленческой деятельности.
14. Особенности применения различных методов принятия управленческих решений в условия неопределенности и риска.
15. Моделирование в процессе разработки управленческих решений: виды и этапы построения моделей
16. Методы диагностики ситуации и анализа проблем в управленческой деятельности.
17. Методы активизации выдвижения управленческих альтернатив.
18. Использование экспертов при разработке управленческих альтернатив.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дано от 86% до 100% правильных ответов на вопросы теста. Оценка «отлично» формирует 40 баллов в рамках БРС.

ХОРОШО ставится в случае, если дано от 68% до 85% правильных ответов на вопросы теста. Оценка «хорошо» формирует 30 баллов в рамках БРС.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дано от 51% до 67% правильных ответов на вопросы теста. Оценка «удовлетворительно» формирует 20 баллов в рамках БРС.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дано менее 50% правильных ответов на вопросы теста. Оценка «неудовлетворительно» формирует 10 баллов в рамках БРС.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок, которую использует автоматизированная информационная система балльно-рейтинговой оценки успеваемости и качества обучения в ФГАОУ ВПО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта» (далее Портал БРС). Портал БРС позволяет обеспечить сочетание результатов учебы в семестре и результатов зачета/экзамена.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение практических работ, тестов, кейсов, участие в дискуссии, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах. По сути, в состав элементов текущего контроля входят задания аудиторного, внеаудиторного и рубежного контроля. Баллы, полученные студентами, по аудиторному, внеаудиторному и рубежному контролю формируют рейтинг допуска студента к итоговому контролю.

В курсе выбрана традиционная, привычная преподавателю и студенту, пятибалльная система, при этом есть реальная возможность выставления баллов от 1 до 5.

Чтобы быть допущенным к итоговому контролю студенту необходимо набрать минимальный балл допуска по каждому типу контроля – будет сформирован минимальный рейтинг допуска.

В рамках аудиторного контроля предусмотрено 4 задания, в сумме можно набрать 10 баллов, т.е. за каждое задание при оценке «5» можно получить 2,5 балла, минимум баллов для допуска по аудиторному контролю- 5.

В рамках рубежного контроля предусмотрено 3 задания, в сумме можно набрать 20 баллов, т.е. за каждое задание при оценке «5» можно получить 6,7 баллов, минимум баллов для допуска по рубежному контролю- 10.

В рамках внеаудиторного контроля предусмотрено 3 задания, в сумме можно набрать 30 баллов, т.е. за каждое задание при оценке «5» можно получить 10 баллов, минимум баллов для допуска по внеаудиторному – 15.

Итоговый контроль предусматривает компьютерное тестирование на Портале БРС, максимум баллов по итоговому контролю– 40 баллов. Сумма баллов позволяет сформировать уровень оценки внутри Портала БРС в зависимости от уровня баллов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

005

Т 291

Тебекин, А. В.

Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]: учеб. для бакалавров/ А. В. Тебекин. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 571, [1] с.: ил.. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце кн. (17 назв.). - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-2364-3: 15750.90, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

005

Т 761

Трофимова, Л. А.

Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для acad. бакалавриата/ Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 335 с.: ил., табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 334-335 (34 назв.). - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-4333-7: 11168.82, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

005

Ф 627

Фирсова, И. А.

Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для acad. бакалавриата/ И. А. Фирсова, М. В. Мельник; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 542 с.: ил, табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 540-542 (24 назв.). - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-3903-3: 23483.16, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

332

Б 833

Бородавкина, Н. Ю.

Разработка рациональных управленческих решений: учеб. пособие/ Н. Ю. Бородавкина; Рос. гос. ун-т им. И. Канта. - Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2007. - 152 с.: ил.. - Библиогр.: с. 151-152 (22 назв.). - ISBN 978-5-88874-776-6: 31.77, 31.77, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:

всего /all 70: УБ(68), ч.з.N5(1), ИБО(1)

Балдин, К. В. Управленческие решения : учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, И. Б. Уткин. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 496 с. — ISBN 978-5-394-02269-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93470>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений : учебник / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувилова. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394-01084-2. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93383>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Харитонов, И. В. Основы теории принятия управленческих решений : учебник / И. В. Харитонов. — Архангельск : САФУ, 2015. — 155 с. — ISBN 978-5-261-01030-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/96636>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Адизес, И. Управляя изменениями. [Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни]/ Ицхак К. Адизес; [пер. с англ. В. Кузин]. - СПб.: Питер, 2010. - 221с.: рис., граф. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - (Теория менеджмента). Параллельные издания: CD: Адизес Ицках К. Управляя изменениями: видеолекция автора на тему управления и лидерства. - СПб.: Лидер, 2010. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

2. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие/ Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин . - М.: ИНФРА-М, 2012. - 298 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

3. Баттрик, Р. Техника принятия эффективных управленческих решений/ Р. Баттрик. - 2-е изд.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2006. - 413 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

4. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений/ Е. В. Бережная, В. И. Бережной. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 382с.: ил., табл.. - (Высшее образование - бакалавриат). - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

5. Бородавкина, Н. Ю. Разработка рациональных управленческих решений: учеб. пособие/ Н. Ю. Бородавкина; Рос. гос. ун-т им. И. Канта. - Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2007. - 152 с.: Имеются экземпляры в отделах: всего 105: УБ(102), ИБО(1), ч.з.N5(2)

6. Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика/ Т. А. Гайдаенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЭКСМО: МИРБИС, 2006. - 488 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

7. Гапоненко, Т. В. Управленческие решения: учеб. пособие/ Т. В. Гапоненко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 284 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

8. Герчикова, И. Н. Менеджмент: электрон. учеб. для вузов/ И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - XII, 499 с. эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебник). - (Учебная литература для высшего и среднего профессионального образования). Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ч.з.N1(1), ЭБС Кантиана(1)

9. Зуб, А. Т. Принятие управленческих решений: теория и практика : учеб. пособие для вузов/ А. Т. Зуб. - М.: Форум; М.: ИНФРА-М, 2010. - 397 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

10. Ивасенко, А. Г. Разработка управленческих решений: учеб. пособие [для вузов]/ А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, Е. Н. Плотникова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: КноРус, 2008. - 166 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

11. Кодин, В. Н. Как работать над управленческим решением. Системный подход: учеб. пособие для вузов/ В. Н. Кодин, С. В. Литягина. - М.: КноРус, 2008. - 189 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

12. Лифшиц, А. С. Управленческие решения: учеб. пособие/ А. С. Лифшиц. - М.: КноРус, 2009. - 245, [3] с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
13. Логинов В.Н. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие / В.Н. Логинов (гриф УМО) – М.: КНОРУС, 2015 – 224 с. (ЭБС book.ru)
14. Ломакин, А. Л. Управленческие решения: учеб. пособие для сред. проф. образования/ А. Л. Ломакин, В. П. Буров, В. А. Морошкин. - 2-е изд., испр. и доп.. - М.: ФОРУМ, 2013. - 175 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
15. Мадера, А. Г. Моделирование и принятие решений в менеджменте. [Методы моделирования и принятия решений в различных проблемах управления. Технология и методика самостоятельной постановки управленческих проблем, проведение их анализа и структурирования. Построение математической модели. Принятие научно-обоснованных оптимальных решений.]: рук. для будущих топ-менеджеров/ А. Г. Мадера. - М.: ЛКИ, 2010. - 684 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
16. Мадера, А. Г. Моделирование и принятие решений в менеджменте. [Методы моделирования и принятия решений в различных проблемах управления. Технология и методика самостоятельной постановки управленческих проблем, проведение их анализа и структурирования. Построение математической модели. Принятие научно-обоснованных оптимальных решений.]: рук. для будущих топ-менеджеров/ А. Г. Мадера. - М.: ЛКИ, 2010. - 684 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
17. Макаров, В. М. Менеджмент для бакалавров: [учеб. пособие для вузов]/ В. М. Макаров, Г. В. Попова. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2011. – 255 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
18. Маленков, Ю. А. Современный менеджмент: [учеб. для вузов]/ Ю. А. Маленков. - М.: Экономика, 2010. - 438, [1] с.. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
19. Медоуз, Д. Х. Азбука системного мышления/ Донелла Медоуз; под ред. Дайаны Райт, пер. с англ. Е. С. Оганесян под ред. Н. П. Тарасовой. - [2-е изд.]. - М.: БИНОМ. Лаб. знаний, 2011. - 343 с.: Имеются экземпляры в отделах: НА(1)
20. Менеджмент: учеб. для бакалавров/ Рос. гос. торгово-экон. ун-т; под общ. ред.: Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. - М.: Юрайт, 2013. - 422 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
21. Методы принятия управленческих решений (в схемах и таблицах): учеб. пособие/ [И. Ю. Беляева [и др.] ; под ред.: И. Ю. Беляевой, О. В. Паниной; ФГОБУ ВПО "Финанс. ун-т при Правительстве РФ". - Москва: КноРус, 2014. - 229 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
22. Орлов, А. И. Организационно-экономическое моделирование: теория принятия решений: учеб. для вузов/ А. И. Орлов. - М.: КноРус, 2013. – 567 с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
23. Принятие решений в неопределенности. Правила и предубеждения / под ред. Д. Канемана, П. Словика, А. Тверского. - [2-е изд., испр., перераб.]. - Харьков: Гуманитар. Центр, 2014. - 543 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
24. Пужаев, А. В. Управленческие решения: учеб. пособие для вузов/ А. В. Пужаев. - М.: КноРус, 2010. - 185 с. - Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)
25. Системы поддержки принятия решений: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры/ [О. А. Аксенова [и др.] ; под ред.: В. Г. Халина, Г. В. Черновой; С.-Петербург. гос. ун-т. - Москва: Юрайт, 2015. – 493с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N3(1)

26. Строева, Е. В. Разработка управленческих решений: учеб. пособие вузов/ Е. В. Строева, Е. В. Лаврова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 126 с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

27. Учитель, Ю. Г. Разработка управленческих решений: учеб. для студентов вузов/ Ю. Г. Учитель, А. И. Терновой, К. И. Терновой. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с.: Имеются экземпляры в отделах: всего 2: ч.з.N5(1), НА(1)

28. Фатхутдинов, Р. А. Управленческие решения: учеб. для вузов/ Р. А. Фатхутдинов. - 6-е изд., перераб. и доп.. - М.: Инфра-М, 2013. - 342с.: Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)

7.4. Нормативные документы

1. Трудовой кодекс РФ.
2. ФЗ «О предприятиях и предпринимательской деятельности»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

Лекционные занятия проходят в интерактивном режиме, с использованием презентации в слайдах и комментариев преподавателя. Поэтому приветствуется активность студентов в восприятии материала, вопросы по ходу лекции и в конце занятия. В идеале, студент должен приходить на лекционное занятие после знакомства с теоретическим материалом в соответствии с темой занятия и информацией из основной литературы по курсу.

Для участия в практических занятиях обязательной является предварительная подготовка, в зависимости от темы и задания. При подготовке к решению кейса следует ознакомиться с его текстом, если требуется, с информацией официального сайта компании. Групповая работа предполагает также разделение на команды, удаленную или очную совместную работу по ключевым вопросам.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Вся рекомендуемая для изучения курса литература подразделяется на основную и дополнительную. К основной литературе относятся источники, необходимые для полного и твердого усвоения учебного материала (учебники и учебные пособия). Необходимость изучения дополнительной литературы диктуется прежде всего тем, что в учебной литературе (учебниках) зачастую остаются неосвещенными современные проблемы, а также не находят отражение новые документы, события, явления, научные открытия последних лет. Поэтому дополнительная литература рекомендуется для более углубленного изучения программного материала. Особо важно использовать книги также источники информационных порталов, указанных в настоящей рабочей программе. По каждой теме курса студенты получают список глав соответствующих учебников, список статей, которые являются обязательными для изучения. При изучении материалов глав и параграфов необходимо обращать особое внимание на комментарии и примечания, которыми сопровождается текст. Они разъясняют отдельные места текста, дополняют изложенный материал, указывают ссылки на цитируемые источники, исторические сведения о лицах, фактах, объясняют малоизвестные или иностранные слова.

В ходе чтения очень полезно, хотя и не обязательно, делать краткие конспекты прочитанного, выписки, заметки, выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. В целях прояснения последних нужно обращаться к преподавателю. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки. В условиях ускоряющегося старения информации учебные, впрочем, как и научные, издания, далеко не всегда могут поспевать за новыми явлениями и тенденциями, порождаемыми процессом инновации. Ощутимое отставание характерно и для многих публикаций, связанных с курсом. Ведь их невозможно, даже по чисто техническим причинам, не говоря уже о других, ежегодно обновлять и переиздавать. В связи с этим в литературе магистрантам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

В случае изучения интернет-источников следует ориентироваться не на пересказ или приблизительное изложение концепций, а на первоисточник или официальный перевод требуемой работы.

Методические рекомендации по организации практической работы по решению кейса в групповом формате.

Групповая работа студентов бакалавриата - это работа в команде, где обязательно выделится или будет назначен лидер группы, произойдет разделение труда или специализация и даже будут возникать конфликты. Все это похоже на реальную ситуацию, которая может иметь место в любой организации.

В рамках данного курса практическая работа предполагает обращение к ситуации в компании по материалам, изложенным в кейсе. Как правило, речь идет о применении конкретных управленческих инструментов или механизмов. Поэтому рекомендуется предварительное индивидуальное знакомство с теоретическим материалом по теме, которой посвящен конкретный кейс. Это позволит группе при организации работы на занятии обменяться полученной информацией и более аргументированно обосновать применение конкретного инструмента на базе компании из кейса.

По результатам групповой работы заполняются соответствующие матрицы, схемы, таблицы, которые представляются на семинарском занятии в письменной или устной форме. Иногда случается выделение одного из участников группы, который имеет мнение, отличное от общегруппового. В этом случае он имеет право на представление собственного варианта решения поставленной задачи..

В качестве инновационной и активной обучающей технологии предлагается использование кейс-технологий. Этот вид деятельности требует развития конкретного усовершенствованного набора навыков, вербальной и невербальной компетентности, коммуникативной и интерактивной грамотности. Метод кейсов (ситуационных задач для анализа) — это тот инструмент, с помощью которого значительно облегчается и качественно улучшается обмен идеями в группе обучаемых. Семинары, основанные на методе кейсов, помогают освоить правила ведения дискуссии. В ходе дискуссии не только находится решение проблемы, но каждый обучаемый принимает участие в исследовании, анализе и сопоставлении различных точек зрения, что приводит к более точному и полному пониманию проблемы.

Решение кейсов рекомендуется проводить в 5 этапов:

Первый этап – знакомство с ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – предложение концепций или тем для «мозгового штурма».

Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.

Пятый этап – решение кейса – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения.

Использование метода case-study как технологии профессионально-ориентированного обучения представляет собой сложный процесс, плохо поддающийся алгоритмизации. Формально можно выделить следующие этапы:

- ознакомление слушателей с текстом кейса;
- анализ кейса;
- организация обсуждения кейса, дискуссии, презентации;
- оценивание участников дискуссии;
- подведение итогов дискуссии.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса чаще всего осуществляются за несколько дней до его обсуждения и реализуются как самостоятельная работа студентов; при этом время, отводимое на подготовку, определяется видом кейса, его объемом и сложностью. Если объем текста кейса допускает иную форму подготовки, возможно знакомство с текстом осуществить прямо на занятии, или наоборот, разделить работу с кейсом на два семинарских занятия.

Общая схема работы с кейсом на данном этапе может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать факты и понятия, необходимые для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи; следующим этапом является выбор метода исследования.

Основные рекомендации студентам по изучению кейсов заключаются в следующем:

1. Выпишите из соответствующих разделов дисциплины ключевые идеи, понятия для того, чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Прикиньте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Общая схема анализа ситуаций:

1. Краткое изложение событий – краткий пересказ ситуации
2. Проблема – краткая формулировка задачи, стоящей в данный момент перед руководством компании или отдельным менеджером. («кто-либо должен сто-либо сделать»)
3. Характеристика действующих лиц – участников ситуации, описание их достоинств и недостатков
4. Хронология событий – наиболее поздние по времени в начале хронологии, наиболее ранние – в конце
5. Конфликт – ответ на вопрос, обострения какого рода противоречий послужили причиной конфликтной ситуации.
6. Варианты решения проблемы- оценка всех возможных вариантов, достоинств и недостатков
7. Рекомендации - более подробное, чем на 6 этапе, рассмотрение и обоснование целесообразности выбранного варианта действий
8. План по осуществлению выбранного варианта действий – шаги, которые надо предпринять.

Результаты обсуждения – ответы на вопросы:

- Кто в данной ситуации – действующее лицо?

- Каковы его (ее) цели(скрытые или явные)?

- Какие решения (скрытые или явные) я должен принять?

- Каковы проблемы, с которыми я сталкиваюсь?

- Какие возможности у меня есть, и на какой риск я иду, будучи на месте главного лица?

- Какими данными для принятия решения я обладаю?

- Какие альтернативные подходы к решению проблемы имеются?

Фрагменты главы «Как анализировать кейс» из книги William Ellet «The case Study Handbook: How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases».

- Главное – думать, а не читать.

- В кейсах существует 4 типа ситуаций: problems, decisions, evaluations, rules (проблемы, решения, оценки, правила).

- Важную роль в анализе кейса играет активное чтение. вы задаете себе вопросы по кейсу и ищите на них ответы. Ответы на вопросы ведут вас в нужном направлении. Как только вы почувствовали, что бесцельно читаете кейс – остановитесь и перестройтесь на нужный лад.

- Активному чтению способствуют 3 концепции: цель (например, выделить на рассмотрение кейса 2 часа), точка зрения (поставить себя на место главного героя и понять его точку зрения), гипотеза.

- Процесс работы над кейсом имеет 5 фаз: а) ситуация, б) вопросы, в) гипотезы, г) доказательство и действие, д) альтернативы.

а) Ситуация. Длительность - 5 мин. Начало является самым трудным в анализе кейса. Сначала нужно понять big picture («большую картину», общую ситуацию) и лишь затем детали. Начните с вопроса «Какая ситуация?». Обычно чтение первого и последнего разделов кейса достаточно для того, чтобы определить ситуацию. Часто случается так, что главный герой рассуждает над ней и задается вопросом «Что делать?». После чтения первого и последнего разделов кейса отложите его на некоторое время в сторону и рассмотрите то, что Вы только что изучили. Определите тип ситуации: problem, decision, evaluations или rules ((проблемы, решения, оценки, правила).

б) Вопросы. 15 мин. Знание ситуации позволяет Вам задавать вопросы, относящиеся к problem, decision, evaluations или rules (проблемы, решения, оценки, правила). Самый важный вопрос – «Что мне нужно знать о ситуации?» Полезно провести быструю инвентаризацию содержания кейса. Для этого просмотрите все заголовки в тексте. Используйте ручку или карандаш, чтобы делать пометки в кейсе.

в) Гипотеза. 45 мин. «Какая моя гипотеза?». Пометки позволяют организовать и запомнить информацию, но основная их цель заключается в записи вашего мыслительного процесса. Нужно выработать привычку подчеркивать нужную информацию. Это позволяет чувствовать, что вы что-то делаете, а не просто читаете кейс.

г) Доказательство и действие. 40 мин. Задайте себе следующие вопросы: «Какие имеющиеся в наличии факты поддерживают гипотезу? Какие дополнительные факты мне необходимы?» Оцените их сильные и слабые стороны.

е) Альтернативы. 15 мин. Может показаться парадоксальным, но в последней фазе анализа кейса нужно поставить под сомнение собственную гипотезу. Задайте себе следующие вопросы: «Какая самая слабая сторона гипотезы? Какая лучшая ей альтернатива?».

Организация обсуждения кейсов обычно основывается на двух методах. Первый из них носит название традиционного Гарвардского метода – открытая дискуссия. Вторым, альтернативным методом является метод, связанный с индивидуальным или групповым опросом, в ходе которого студенты делают формальную устную оценку ситуации и предлагают анализ представленного кейса, свои решения и рекомендации, т.е. делают презентацию.

Базовое правило работы с кейсами – нельзя использовать информацию, которая находится «за рамками». Например, если студент прочитал в газете статью о той самой компании, проблемы которой описаны в задании, факты из нее брать запрещено, поскольку менеджер, принимающий решение, а моделируется ситуация, когда студент находится на его месте, обладает только той информацией, которая представлена в задании. Но иногда, наоборот, студенту может быть предоставлена возможность добавить факты из конкретной рыночной ситуации, существовавшей в рассматриваемый период времени. В таких случаях во внимание должна приниматься эрудиция слушателя и степень владения материалом.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтуина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Микроэкономика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«МИКРОЭКОНОМИКА»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	7
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	10
6.3.1 Тестовые задания	10
6.3.2 Задачи	15
6.3.3 Темы докладов.....	20
6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине.....	24
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	27
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
7.1. Основная учебная литература	27
7.2. Дополнительная учебная литература.....	27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	29
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	32
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	33

Наименование дисциплины (модуля)

«МИКРОЭКОНОМИКА»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Микроэкономика» является приобретение слушателями компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой. Освоение дисциплины «Микроэкономика» позволяет сформировать теоретическую базу для более глубокого понимания основ деятельности экономических субъектов, принятия ими экономических решений и реализации целей рационального поведения на основе системного анализа и построения математических моделей.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: – закономерности функционирования современной экономики на микроуровне	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь: – анализировать экономические явления и процессы на уровне поведения экономических субъектов в их взаимосвязи; – использовать экономический инструментарий для анализа среды организации		
Владеть: – понятийным аппаратом, методологией микроэкономического исследования и важнейшими категориями современной микроэкономики; – навыками работы с оригинальными научными публикациями по микроэкономике		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Микроэкономика» (Б1.О.11) представляет собой обязательную дисциплину базовой части дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-1	Экономическая теория Менеджмент Макроэкономика	Микроэкономика	Маркетинговые коммуникации Финансовый менеджмент

Дисциплина изучается: на 1 курсе в 2-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

<i>преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	8
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	72,35
Самостоятельная работа	143,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль	самостоятельно	Промежуточная аттестация
	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	
Тема 1. Введение в микроэкономику	34	2	10	4	12	2		
Тема 2. Спрос и предложение	33	6	10	6	10	1		
Тема 3. Потребительский выбор	29	4	10	4	10	1		
Тема 4. Издержки производства, выручка и прибыль фирмы	34	6	10	6	11	1		
Тема 5. Рыночные структуры	27	2	10	4	10	1		
Тема 6. Рынки факторов производства	29	4	10	4	10	1		
Тема 7. Общественные блага	29	4	10	4	10	1		
Итого	216	32	70	32	73	8	0,35	0,65
Контактная работа	72,35	32		32		8	0,35	
Самостоятельная работа	143,65		70		73			0,65
Промежуточная аттестация		экзамен						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Введение в микроэкономику	Предмет микроэкономического исследования. Методы микроэкономического анализа. Основы общественного производства.
2.	Спрос и предложение	Основы теории спроса: закон спроса, неценовые факторы спроса, эластичность спроса. Основы теории предложения: закон предложения, неценовые

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		факторы предложения, эластичность предложения.
3.	Потребительский выбор	Теории потребительского поведения. Равновесные состояния потребителя. Выбор с учётом альтернативных затрат. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска.
4.	Издержки производства, выручка и прибыль фирмы	Выручка фирмы. Явные и неявные издержки и прибыль фирмы. Другие виды издержек. Производство и производственная функция. Производство в краткосрочном и долгосрочном периодах. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах.
5.	Рыночные структуры	Рыночное равновесие. Роль цен в рыночном равновесии и вмешательство государства. Конкуренция и её роль в развитии рынка. Поведение фирмы в условиях рынка: совершенной конкуренции; монополии; олигополии; монополистической конкуренции.
6.	Рынки факторов производства	Особенности функционирования рынков факторов производства. Рынок труда. Рынки земли и капиталов
7.	Общественные блага	Эффективность и общественное благосостояние. Виды общественных благ. Несостоятельность рынка. Внешние эффекты. Провалы рынка.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Введение в микроэкономику	Тестирование по теме Решение задач Доклады по теме
2.	Спрос и предложение	Тестирование по теме Решение задач
3.	Потребительский выбор	Тестирование по теме Решение задач Доклады по теме
4.	Издержки производства, выручка и прибыль фирмы	Тестирование по теме Решение задач Доклады по теме
5.	Рыночные структуры	Тестирование по теме Решение задач Доклады по теме.
6.	Рынки факторов производства	Тестирование по теме Доклады по теме
7.	Общественные блага	Решение задач Доклады по теме

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Введение в микроэкономику	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач Подготовка докладов по темам
2.	Спрос и предложение	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач
3.	Потребительский выбор	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач Подготовка докладов по темам

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
4.	Издержки производства, выручка и прибыль фирмы	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач Подготовка докладов по темам
5.	Рыночные структуры	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач Подготовка докладов по темам
6.	Рынки факторов производства	Подготовка к тестированию по теме. Подготовка докладов по темам
7.	Общественные блага	Решение задач Подготовка докладов по темам

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Введение в микроэкономику	ОПК-1	Тестирование решение задач доклад.		письменно устно
Тема 2. Спрос и предложение	ОПК1	Тестирование, решение задач		письменно устно
Тема 3. Потребительский выбор	ОПК-1	Тестирование, решение задач, доклад.		письменно устно
Тема 4. Издержки производства, выручка и прибыль фирмы	ОПК-1	Тестирование, решение задач, доклад.		письменно устно
Тема 5. Рыночные структуры	ОПК-1	Тестирование, решение задач доклад.		письменно устно
Тема 6. Рынки факторов производства	ОПК-1	Тестирование, доклад.		письменно устно
Тема 7. Общественные блага	ОПК-1	Решение задач доклад.		письменно устно
	ОПК-1		экзамен	тест

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1) Усвоение основных понятий, закономерностей функционирования экономики на микроуровне	Усвоение теоретических основ микроэкономики и взаимосвязей с целью подготовки сбалансированных решений на микроуровне; владение понятийным аппаратом, методологией микроэкономического исследования и важнейшими категориями современной микроэкономики	1,3,7
2) Знание методов и приемов анализа среды предприятия	Усвоение методов анализа методологии микроэкономического исследования; умение анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; владение методами и приемами анализа среды предприятия.	2,4,5,6

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой

компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-1 - Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность использовать основы экономических знаний в экономике на микроуровне	Знание соответствующей теории микроэкономики	Знание методологии микроэкономического исследования	Умение применять теорию и методологию на практике для анализа экономических систем с целью подготовки сбалансированных решений на микроуровне	тестирование, доклад, решение задач, экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний,

дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навыки повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	---	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Введение в микроэкономику

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Микроэкономика изучает
 - а) только экономическое поведение предприятий
 - б) экономические отношения
 - в) экономическое поведение отдельных групп потребителей, фирм, собственников
 - г) показатели хозяйственной деятельности предприятий

- 2) Какую роль выполняют домохозяйства в модели кругооборота ресурсов, продуктов и дохода
 - а) участвует в обороте на рынке продуктов
 - б) участвует в обороте на рынке ресурсов и продуктов
 - в) участвует в обороте на рынке ресурсов
 - г) не включены в модель
- 3) Первичные потребности обладают следующими характеристиками
 - а) отличаются жесткостью, неэластичностью
 - б) включают физиологические потребности и потребности в безопасности
 - в) как правило, должны быть удовлетворены в первую очередь
 - г) все ответы верны
- 4) Признаками экономических благ являются...
 - а) способность удовлетворять потребность
 - б) ценность
 - в) редкость
 - г) верно все указанное выше
 - д) нет правильных ответов
- 5) Что относится к средствам производства
 - а) Предмет труда и производительные силы
 - б) Средства труда и производственные отношения
 - в) Средства труда и предметы труда
 - г) Производственные отношения и предметы труда

Тема 2. Спрос и предложение

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Что показывает эластичность спроса по цене
 - а) на сколько денежных единиц изменится величина спроса при изменении цены на одну денежную единицу
 - б) на сколько относительных единиц изменится величина спроса при изменении цены на один процент
 - в) зависимость цены от спроса на товар
 - г) абсолютное изменение спроса
- 2) При каком значении коэффициента эластичности спроса по цене спрос является НЕэластичным
 - а) равным 1
 - б) больше 0
 - в) меньше 1
 - г) больше 1
 - д) меньше 0
- 3) При каком значении коэффициента эластичности спроса по цене спрос является эластичным
 - а) равным 1
 - б) больше 0
 - в) меньше 1
 - г) больше 1
 - д) меньше 0
- 4) Перекрёстная эластичность спроса отражает...
 - а) зависимость спроса на товар от изменения цен на него

- б) зависимость величины спроса на один товар при изменении цен на другой товар
 - в) зависимость спроса на товар от изменения доходов потребителя
 - г) нет правильных ответов
- 5) Излишек потребителя – это...
- а) сумма денег, которую потребитель не потратил в текущем периоде
 - б) сумма налогового изъятия у потребителя
 - в) денежный выигрыш потребителя в лотерею
 - г) сумма денег, которую выигрывает потребитель из-за разницы между ценой на товар, которую он готов уплатить, и рыночной ценой

Тема 3. Потребительский выбор

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Для характеристики покупательского поведения используются бюджетные ограничения в ... теории полезности
 - а) маржинальной
 - б) кардиналистской
 - в) ордилистской
 - г) в меркантилистской
- 2) В какой зависимости находятся общая и предельная полезности?
 - а) в прямопропорциональной
 - б) в обратной
 - в) не имеют строгой пропорциональной зависимости
 - г) не взаимосвязаны между собой
- 3) Что произойдет при росте цен с учетом эффекта замещения?
 - а) снижение потребления данного товара и никаких изменений в потреблении других товаров
 - б) повышение потребления данного товара и снижение потребления других товаров
 - в) снижение потребления данного товара и других товаров
 - г) снижение потребления данного товара и увеличение потребления других товаров
- 4) Как на графике ведут себя кривые безразличия?
 - а) будут пересекаться в точке равновесия потребителя
 - б) располагаются параллельно
 - в) пересекаются при изменении цен на товары
 - г) нет правильных ответов
- 5) У какого из перечисленных ниже товаров будет наименьший эффект дохода ...
 - а) квартира
 - б) верхняя одежда
 - в) соль
 - г) канцтовары

Тема 4. Издержки производства, выручка и прибыль фирмы

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Каким законом для производителя определяется равновесие?
 - а) равновесие спроса и предложения
 - б) максимизации расходов
 - в) максимизации объемов выпуска продукции
 - г) равенства взвешенных предельных факторов производства
 - д) нет правильного ответа
- 2) Какая из приведенных ниже формул верна?
 - а) бухгалтерская прибыль + внутренние издержки = экономическая прибыль
 - б) экономическая прибыль — бухгалтерская прибыль = внешние издержки
 - в) внешние издержки + внутренние издержки = выручка
 - г) экономическая прибыль + внутренние издержки = бухгалтерская прибыль
 - д) нет правильного ответа
- 3) Что из перечисленного относится к переменным факторам производства?
 - а) повременная оплата труда, затраты на основное сырье и материалы
 - б) сдельная оплата труда, затраты на основное сырье и материалы
 - в) сдельная оплата труда, затраты на аренду помещений
 - г) повременная оплата труда, затраты на аренду помещений
- 4) Что из перечисленного относится к постоянным факторам производства?
 - а) повременная оплата труда, затраты на основное сырье и материалы
 - б) сдельная оплата труда, затраты на основное сырье и материалы
 - в) сдельная оплата труда, затраты на аренду помещений
 - г) повременная оплата труда, затраты на аренду помещений
 - д) нет правильного ответа
- 5) Что будет происходить с экономией на масштабах при росте предельной производительности?
 - а) рост
 - б) сокращение
 - в) ничего
 - г) показатели не связаны между собой

Тема 5. Рыночные структуры

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Рынок свободной (чистой) конкуренции характеризуется...
 - а) огромным количеством участников
 - б) отсутствием барьеров для входа/выхода
 - в) ограниченной ролью государства в экономике
 - г) все выше указанное
 - д) нет правильного ответа
- 2) Какая из перечисленных характеристик НЕ характерна для монополии?
 - а) уникальность товара

- б) наличие субституттов
 - в) необходимость получения лицензии
 - г) контроль над ценой со стороны производителя
 - д) нет правильного ответа
- 3) Рынок монополистической конкуренции характеризуется...
- а) наличие существенных барьеров для входа/выхода
 - б) ограниченное количество крупных участников на рынке
 - в) выпуск дифференцированной продукции
 - г) все выше указанное
 - д) нет правильного ответа
- 4) Какая из перечисленных характеристик НЕ характерна для олигополии?
- а) уникальность товара
 - б) наличие субституттов
 - в) ограниченное количество крупных участников на рынке
 - г) ограниченность взаимозависимостью в контроле над ценой
 - а) нет правильного ответа
- 5) Что является примером ценовой дискриминации?
- а) Различия в оплате труда по национальному и половому признаку
 - б) Эксплуатация трудящихся за счет установления высоких цен на потребительские товары
 - в) Продажа одних и тех же товаров разным покупателям по разной цене
 - г) Высокие цены на высококачественные товары

Тема 6. Рынки факторов производства

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Спрос на труд (при прочих равных условиях) будет менее эластичным, когда спрос на продукт данного вида труда ...
- а) эластичный
 - б) неэластичный
 - в) абсолютно эластичный
 - г) обладает единичной эластичностью
 - д) нет правильного ответа
- 2) Чему равен предельный продукт фактора производства в денежном выражении?
- а) цене последней единицы продукта
 - б) изменению общего размера выручки при использовании дополнительной единицы фактора производства
 - в) изменению объема производства при использовании дополнительной единицы производственного фактора
 - г) нет правильного ответа
- 3) От каких из перечисленных факторов зависит спрос на ресурс?
- а) цены продукта, производимого при помощи этого ресурса
 - б) цен на ресурсы-субституты и (или) комплименты
 - в) цен на данный ресурс
 - г) все выше указанное
 - д) нет правильного ответа

- 4) К чему может привести рост процентной ставки (при прочих равных условиях)?
- д) росту объема спроса на заемные средства
 - е) росту объема предложения заемных средств
 - ж) сокращению объема предложения заемных средств
 - а) сокращению объема спроса заемных средств
 - б) нет правильного ответа
- 5) Какой эластичностью обладает предложение земли?
- а) эластично
 - б) неэластично
 - в) абсолютно эластично
 - г) обладает единичной эластичностью
 - д) нет правильного ответа.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1. Введение в микроэкономику

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Задача 1

Имеются данные о производственных возможностях выпуска часов и видеокамер:

Товар \ Вариант	А	В	С	D
Наручные часы (шт)	0	200	300	400
Видеокамеры (шт)	80	60	40	0

Задания:

- а) Постройте кривую производственных возможностей
- б) Найдите точки на графике для следующих комбинаций производства этих двух товаров и определите эффективные, неэффективные и невозможные варианты производства:
 - 1) 60 видеокамер и 200 часов
 - 2) 60 часов и 80 видеокамер
 - 3) 300 часов и 20 видеокамер
 - 4) 300 часов и 40 видеокамер
 - 5) 58 часов и 250 видеокамер
- в) Предположим, что в обществе производится 300 часов и 40 видеокамер, но спрос на камеры вырос на 20 единиц. На сколько единиц необходимо сократить производство часов, чтобы удовлетворить этот рост?

На сколько единиц уменьшится производство часов, если требуется произвести дополнительно ещё 20 видеокамер?

Задача 2

Марья Ивановна посвящает день домашнему хозяйству. Она тратит на стирку рубашки 15 мин, а на мытье окна — 45 мин.

Нарисуйте линию производственных возможностей Марьи Ивановны в рамках 9-часового рабочего дня.

Задача 3

Выберите несколько потребностей и подберите товары (услуги), удовлетворяющие данные потребности разными способами. Заполните таблицу 2 на основании своих ответов.

Таблица - Способы удовлетворения потребности

Потребность	Способы удовлетворения			
	Индивидуальное потребление	Совместно (небольшой группой)	Совместно (относительно большой группой)	Массовое
1.				
2.				
3.				

Тема 2. Спрос и предложение

Проверяемые компетенции

ОПК-61	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
---------------	---

Задача 1

На основании данных таблицы выполните следующие задания:

Цена за ед. товара, д.е.	Объем спроса, шт.					
	Потребитель X		Потребитель Y		Потребитель Z	
10	0		0		0	
9	0		3		1	
8	0		5		5	
7	1		7		8	
6	2		9		11	
5	4		12		12	
4	6		15		15	
3	10		18		18	
2	15		21		20	
1	21		24		23	
0	25		25		25	

- а) Нарисовать кривые индивидуального спроса (на отдельных графиках)
- б) Определить и нарисовать кривую рыночного спроса (отдельно)
- в) Если спрос на данный товар со стороны потребителей X и Y удвоится, но на половину сократится спрос у потребителя Z, как изменятся кривые индивидуального и рыночного спроса?

Задача 2

В таблице представлены данные расходах семьи за два года (цены на товары не менялись). Заполнить таблицу.

Покупаемые товары	Расходы на покупку, д.е.		Доля в бюджете семьи, %		Эластичность спроса по доходу	Характер товара
	1-й год	2-й год	1-й год	2-й год		
Товар А	30	50				
Товар Б	30	70				

Товар В	25	20				
Товар Г	15	60				

Задача 3

По данным таблицы о предложении товара А на рынке рассчитать коэффициенты эластичности предложения и построить график предложения:

Цена за единицу товара, д.е.	2	4	6	8	10	12	14	16
Объем предложения, ед.	0	2	4	6	8	10	12	14

Тема 3. Потребительский выбор

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Задача 1

Студент еженедельно получает от родителей по 2000 руб. на карманные расходы (еду и развлечения). Начертите бюджетную линию студента для каждой следующей ситуации (на одном графике), где по вертикали – продукты питания, а по горизонтали – развлечения.

- цена продуктов питания ($P_{пп}$) – 50 руб. за единицу, цена развлечений (P_p) - 50 руб. за единицу;
- цена продуктов питания ($P_{пп}$) – 50 руб. за единицу, цена развлечений (P_p) - 100 руб. за единицу;
- цена продуктов питания ($P_{пп}$) – 100 руб. за единицу, цена развлечений (P_p) - 50 руб. за единицу;
- цена продуктов питания ($P_{пп}$) – 40 руб. за единицу, цена развлечений (P_p) - 40 руб. за единицу;
- цена продуктов питания ($P_{пп}$) – 50 руб. за единицу, цена развлечений (P_p) - 50 руб. за единицу, но доход студента увеличился до 2500 руб. в неделю.
- Сравните (прокомментируйте) бюджетные линии (г) и (д) с бюджетной линией (а).

Задача 2

В таблице представлены три набора безразличия двух товаров: продуктов питания ($Y=ПП$) и развлечений ($X=P$), каждый из которых представляет различный уровень полезности:

Набор 1		Набор 2		Набор 3	
ПП	P	ПП	P	ПП	P
2	40	10	40	12	45
4	34	12	35	14	40
8	26	14	30	16	35
12	21	17	25	18	30
17	16	20	20	21	25
22	12	25	16	27	20
29	9	30	14	33	17
34	7	37	12	38	15
40	5	43	10	44	13
45	4	50	8	50	12

- начертите кривые безразличия для каждого набора (на одном графике).
- какая из кривых безразличия отражает наиболее высокий уровень полезности?
- какая из кривых представляет самый низкий уровень полезности?
- обозначьте следующие комбинации товаров на линиях: А - 50(X) 8(Y); Б - 45(X) 4(Y); А - 12(X) 45(Y); А - 25(X) 16(Y); А - 21(X) 11(Y). Укажите (если возможно) оптимальную точку выбора студента.
- Постройте на данном графике бюджетную линию из №1 (а). Укажите потребительский набор с максимальной полезностью для данного потребителя.

Задача 3

Студент может свой доход потратить на обеды в студенческой столовой или походы в кино. Цена обеда составляет 150 руб., а поход в кино обходится в 750 руб. В таблице представлена полезность, которую он получает от потребления различного количества указанных благ.

количество	полезность, ютиль	
	обедов	похода кино
1	60	360
2	111	630
3	156	810
4	196	945
5	232	1050
6	265	1140
7	295	1215
8	322	1275
9	347	1320
10	371	1350

- Обычно студент посещает 2 раза кино и 10 раз обедает в столовой. Сколько денег он тратит на покупку этих благ (каков его доход)?
- Какую полезность студент получает от такой комбинации благ?
- Рассчитайте предельную полезность для каждого блага. Постройте для них графики.
- Какую полезность студент получит, если будет тратить свой доход только на кино (1) или только на обеды (2)?
- При какой комбинации этих благ студент получит максимальную полезность?
- Постройте на отдельном графике линию бюджетных ограничений студента.

Тема 4. Издержки производства, выручка и прибыль фирмы

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Задача 1

Имеются данные о затратах предприятия:

Объем производства, шт.	Полные затраты, тыс. руб.			Себестоимость ед. продукции, руб.		
	постоянные	переменные	всего	постоянные	переменные	всего
500	50				80	
1000						
1500						
2000						
2500						

Заполнить таблицу. Сделайте выводы.

Задача 2

Предприятие выпускает 1млн. единиц продукции в год по цене 25 руб. за единицу. Показатель эластичности спроса от цены на продукцию равен - 1,5. Себестоимость единицы продукции 23 руб.. Соотношение между постоянными и переменными затратами 20÷80.

Для увеличения сбыта продукции предприятие предполагает снизить цену на 1 рубль. Определить, как это отразится на прибыли предприятия.

Задача 3

- Дипломированный бухгалтер решает вопрос покраски собственного дома. Что для него выгоднее:

- Покрасить дом самостоятельно (за 30 часов)
- Нанять маляра (способен выполнить эту же работу за 40 часов)

Заработная плата бухгалтера – 50 у.е. / час

Заработная плата маляра - 15 у.е. / час

– Маляру необходимо заполнить налоговую декларацию.

Что для него выгоднее:

- а) Сделать это самостоятельно (за 10 часов)
- б) Нанять бухгалтера (способен выполнить эту же работу за 2 часа)

Тема 5. Рыночные структуры

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Задача 1

По данным о долях фирм на рынке А рассчитать показатели концентрации разными способами. Сделать выводы.

Фирмы	1	2	3	4	5	6	7	8
Рыночные доли	0,075	0,013	0,105	0,010	0,350	0,270	0,082	0,095

Задача 2

На региональном рынке действуют n компаний, продающих однотипные товары. Они имеют следующие доли на товарных рынках 1 и 2 в совокупном годовом объеме продаж.

Определить степень концентрации каждого рынка (разными способами). Какие компании предположительно могут играть на рынках роли «лидера», «претендентов на лидерство», «ведомых», «нишевиков (новичков)»?

Компания	Доли на рынке в совокупном годовом объеме продаж, %	
	Рынок 1	Рынок 2
А	45	29
Б	20	-
В	15	14
Г	10	13
Д	5	-
Е	-	12
Ж	-	11
З	-	11
И	-	10

Задача 3

Цена товара составляет 50 д. е., предельные издержки его производства 45 д.е. Фирма контролирует 27% отраслевого объема продаж. Другие крупные фирмы в этой отрасли реализуют в этой отрасли соответственно 10% ,7% и 6 % рынка. Определите индекс Лернера, рассчитайте индекс Герфиндаля - Хиршмана. Относится ли отрасль к числу высоко концентрированных отраслей экономики.

Тема 7. Общественные блага

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Решение задач:

Задача 1

В хозяйстве из двух отраслей, спрос и предложение представлены функциями:

$$Q_A^D = 32 - 3P_A + 2P_B; Q_A^S = -10 + 2P_A - P_B$$

$$Q_B^D = 43 - 2P_B + 2P_A; Q_B^S = -5 + P_B - 0.5P_A$$

Возможно ли в этом хозяйстве общее экономическое равновесие? Является ли оно устойчивым и почему?

Задача 2

В хозяйстве с 16 ед. труда и 10 ед. капитала производятся два блага А и В по технологиям, описываемыми следующими функциями:

$$Q_A = L_A^{0.5} \times K_A^{0.5}; Q_B = L_B^{0.75} \times K_B^{0.25}$$

Построить кривую Производственных возможностей в коробке (диаграмме) Эджуорта и пространстве двух благ.

Задача 3

Известны функции полезности двух потребителей (I и II):

$$U_I = (Q_{AI} - 10)^{0.5} \times (Q_{BI} - 5)^{0.4}; U_{II} = (Q_{AII} - 4)^{0.3} \times (Q_{BII} - 8)^{0.6}$$

Каждый из них имеет по 20 ед. благ А и по 30ед. блага В.

- 1) Является ли исходное распределение благ Парето-эффективным? Если да, то почему; если нет, то предложите какое-либо другое распределение, обеспечивающее улучшение по Парето?
- 2) Вывести уравнение контрактной линии в коробке (диаграмме) Эджуорта.
- 3) Какая конъюнктура сложится на каждом из рынков при ценах $P_A=2$, $P_B=1$?
- 4) При каком соответствии цен установится общее равновесие?
- 5) Сравнить исходный уровень благосостояния каждого потребителя с уровнем его благосостояния при общем равновесии.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы докладов

Доклад – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель доклада – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов.

При подготовке доклада необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- осветить основные положения темы доклада;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;

- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования.

Объем доклада - 7-10мин.

Подготовка доклада подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Подготовка презентации по теме доклада

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Введение в микроэкономику

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Основные этапы развития экономической мысли:
 - Древнегреческие мыслители, Экономические знания в Древнем Египте, Канонические доктрины в науке в эпоху Средневековья об экономических проблемах, Представители утопического социализма, Представители меркантилизма, Школа физиократов
 - Классическая школа политической экономии, Пролетарская политэкономия, Историческая школа и пр.
- 2) Маржинализм и становление микроэкономики как науки.
- 3) Институционализм
 - 1) Теория игр.
 - 2) Теория благосостояния и её роль в развитии микроэкономики

Тема 3. Потребительский выбор

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой
--------------	--

	теории
--	--------

- 1) Функция и кривая индивидуального спроса. Излишек потребителя.
- 2) Построение кривой спроса на основе гипотез порядкового измерения полезности
 - Кривая цена-потребление (РСС) и построение кривой спроса
 - Кривая доход-потребление (ИСС) и построение кривой Энгеля
- 3) Эффект дохода и эффект замены
 - Эффект дохода и эффект замены по Хиксу
 - Эффект дохода и эффект замены по Слуцкому
- 4) Теория выявленных предпочтений потребителя
- 5) Компенсационное и эквивалентное изменения дохода и излишки потребителя

Тема 4. Издержки производства, выручка и прибыль фирмы

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

- 1) Основные концепции фирм: технологическая, контрактная, стратегическая. Классификации предприятий.
- 2) Внешняя и внутренняя среда фирмы.
- 3) Диверсификация, концентрация и централизация производства.
- 4) Открытие и закрытие предприятий
- 5) Санация и банкротство.
- 6) Поведение фирмы в долгосрочном периоде (объемы производства, издержки, равновесие производителя, изокоста)

Тема 5. Рыночные структуры

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

1. Максимизация прибыли и краткосрочное предложение конкурентной фирмы
2. Некооперативные стратегии поведения фирмы
 - Парадокс Бертрана. Модель Курно. Модель Эджворта. Модель Штакельберга.
 - Роль фактора ограничения производственной мощности.
 - Методы теории игр для анализа поведения олигополии.
 - Равновесие Нэша. Дилемма заключенного
3. Кооперативные модели поведения олигополистов.
4. Методы ценовой и неценовой конкуренции.
5. Понятие и условия ценовой дискриминации.
6. Сравнительная эффективность монопольного ценообразования и ценовой дискриминации для фирмы и для общества.
7. Развитие моделей монополистической конкуренции Чемберлена.
8. Реклама как фактор дифференциации.
9. Монополия и потери общества.
 - Социальная цена монопольной власти.
 - Оценка чистых потерь монополии. Альтернативные издержки монополизации.
 - Х- неэффективность монополии. Х-эффективность монополии.
 - Негативные последствия монопольной власти.
 - Факторы ограничения монопольной власти.

- Государственное регулирование рынка чистой монополии).

Тема 6. Рынки факторов

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

1. Современное состояние и перспективы развития рынка труда.
2. Современное состояние и перспективы развития рынка капитала.
3. Современное состояние и перспективы развития рынка земли.

Тема 7. Общественные блага

Проверяемые компетенции

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

1. Цены частичного и общего равновесия.
2. Модель общего экономического равновесия Вальраса
3. Конкурентное равновесие и общественное благосостояние
4. Первая теорема общественного благосостояния
5. Вторая теорема общественного благосостояния
6. Отказы рынка и аллокативная роль государства
7. Асимметричность информации

Тема доклада также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы докладов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания доклада

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании доклада

Критерии	Показатели
Новизна текста доклада	<ul style="list-style-type: none"> – актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие теме доклада; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> – круг, полнота использования литературных источников по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> – грамотность и культура изложения; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему доклада
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; – литературный стиль.

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
--------------	---

Вопросы к экзамену:

1. Микроэкономика как наука.
2. Товар и деньги. Кругообороты благ и доходов.
3. Методы экономического анализа.
4. Ограниченность ресурсов и проблема выбора в экономике.
5. Экономическая система.
6. Типы экономических систем.
7. Спрос.
8. Предложение.
9. Равновесие и проблемы государственного регулирования цен.
10. Ценовая и перекрестная эластичность спроса.
11. Эластичность спроса по доходу и ценовая эластичность предложения.
12. Количественная теория поведения потребителей.
13. Порядковая теория поведения потребителей.
14. Исследование равновесных состояний. Кривые «доход – потребление», Энгеля, «цена-потребление».
15. Эффект дохода и эффект замещения.
16. Межвременный выбор потребителя.
17. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска.
18. Фирма как экономический агент: природа и основные концепции фирмы.
19. Цели и классификация фирм.
20. Внутренняя, внешняя среда фирмы и стратегии её развития.
21. Производство и производственная функция.
22. Функция затрат.
23. Условия производственного равновесия фирмы.
24. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи.
25. Показатели результативности производства в краткосрочном периоде.
26. Производство в долгосрочном периоде. Отдача от масштаба производства.
27. Издержки и доходы: понятие, структура.
28. Издержки фирмы в краткосрочном периоде.
29. Издержки фирмы в долгосрочном периоде.
30. Конкуренция и её роль в развитии производства.
31. Барьеры входа и выхода в отрасли.
32. Поведение фирмы в условиях рынка совершенной конкуренции.
33. Предложение конкурентной фирмы и равновесие рынка совершенной конкуренции в долгосрочном периоде.
34. Поведение фирм в условиях монополии.
35. Ценовая дискриминация: понятие и виды.
36. Естественная монополия: условия, особенности и механизм регулирования.
37. Показатели концентрации рынка и монопольной власти.
38. Сравнительный анализ эффективности конкурентного рынка и рынка монополии.
39. Государственная конкурентная политика.

40. Поведение фирмы в условиях олигополии.
41. Некооперативные стратегии поведения олигополистов.
42. Картель как форма реализации кооперативной стратегии поведения олигополистов.
43. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции.
44. Методы ценовой и неценовой конкуренции и их роль в условиях современной экономики.
45. Особенности функционирования рынков факторов производства.
46. Рынок труда.
47. Рынок капиталов.
48. Концепция будущей и текущей стоимости денег и использование её при оценке инвестиций.
49. Рынок земли.
50. Общее равновесие: понятие и условия его существования.
51. Общее равновесие потребителей для экономики обмена.
52. Эффективность и общественное благосостояние.
53. Общественные блага: понятие и свойства.
54. Проблема «безбилетника» на рынке общественных благ.
55. Оценка социального равенства.
56. Роль государства в решении проблемы социального равенства.
57. Информация как благо и проблема неполноты и асимметричности информации.
58. Асимметричность информации на разных видах рынков.
59. Способы разрешения проблемы асимметричности информации.
60. Положительные и отрицательные внешние эффект.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, подготовка докладов, решение тестов и задач, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование проводится после изучения тем учебного курса. Решение тестов оценивается по четырехбалльной системе на основе степени усвоения компетенций по шкале, представленной в п. 6.3.1.

Решение задач оценивается по четырехбалльной системе с учетом полноты и правильности расчетов и сделанных по результатам расчетов выводов на основании критериев, представленных в п. 6.3.2.

Доклад оценивается по шестибалльной системе. При оценке доклада оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так презентация, а также ответы на вопросы на основании критериев, представленных в п. 6.3.3.

Промежуточный контроль проводится в форме устного опроса. Качество ответа оценивается по четырехбалльной системе с учетом полноты и правильности ответа по шкале, представленной в п. 6.3.4.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Тестирование	Подготовка доклада	Решение задач	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,2	0,2	0,4	1
оценка	5	5	5	5	

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

- 1) Гребенников П. И. Микроэкономика [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич, А. И. Леусский, 2019. - 1 on-line, 547 с.
Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)
- 2) Деньгов В. В. Микроэкономика [Электронный ресурс]: в 2 ч.: учеб. для акад. бакалавриата и магистратуры. Ч. 1: Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков, 2019. – 1
Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)
- 3) Деньгов В. В. Микроэкономика [Электронный ресурс]: в 2 ч.: учеб. для акад. бакалавриата и магистратуры. Ч. 2: Рынки факторов производства. Равновесие. Экономика риска, 2019. - 1 on-line, 448 с.
Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

- 1) Гальперин, В. М. Микроэкономика [Текст]: учеб. для студ. вузов, обуч. по эконоМосква спец. и направл. - (Библиотека "Экономической школы"; 22). Т. 2, 1997, 1998. - 503 с.
Имеются экземпляры в отделах: УБ (46)
- 2) Гребенников П. И. Микроэкономика [Текст]: [Учеб. для студ. вузов по напр."Экономика"] / П. И. Гребенников, А. И. Леусский, Л. С. Тарасевич; Общ. ред. Л. С. Тарасевича, 1998. - 447 с.
Имеются экземпляры в отделах: УБ (45)
- 3) Нуреев Р. М. Курс микроэкономики [Текст]: учеб. для студ. вузов / Р. М. Нуреев, 2004. - 560, [1] с.
Имеются экземпляры в отделах: УБ(19)
- 4) Нуреев Р. М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р. М. Нуреев, 2014. - 623 с.
Имеются экземпляры в отделах: всего 15: УБ(14), ч.з.N5(1)
- 5) Тарасевич Л. С. Микроэкономика [Текст]: учеб. для бакалавров / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский, 2013. - 542, [1] с.
Имеются экземпляры в отделах: УБ(50)

7.3. Для самостоятельной работы

- 1) Липсиц, И. В. Экономика: учеб. для вузов/ И. В. Липсиц. - 3-е изд., стер. - Москва: КноРус, 2015. - 307, [3] с.: ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 309
- 2) Малкина, М. Ю. Микроэкономика: практикум: учеб. пособие/ М. Ю. Малкина. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 174
- 3) Мас-Колелл, А. Мас-Колелл, А. Микроэкономическая теория: учеб. для вузов/ Андреу Мас-Колелл, Майкл Д. Уинстон, Джерри Р. Грин; пер. с англ. [Ю. Автономова [и др.] под науч. ред.: М. И. Левина, Е. В. Покатович; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва: Дело РАНХиГС, 2016 - 2016.
- 4) Маховикова, Г. А. Микроэкономика: учеб. для бакалавров/ Г. А. Маховикова; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - М.: Юрайт, 2013. - 267, [1] с.: ил. - (Бакалавр. Базовый курс). .(
- 5) Микроэкономика. Макроэкономика: учеб. для вузов/ [Т. А. Борисовская, М. З. Ильчиков]; под общ. ред. В. Д. Камаева. - Москва: КноРус, 2016. - 382 с.
- 6) Микроэкономика: кейсы, деловые игры, тесты: учеб. пособие/ [Е. Г. Попкова [и др.]; под ред. Е. Г. Попковой. - Москва: КноРус, 2016. - 288, [1] с.: ил., табл. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 289
- 7) Институциональная экономика: <http://ie.boom.ru/l/index.html>
- 8) Журнал «Вопросы экономики» - <http://infomag.mipt.rssi.ru/data/j112r.html>
- 9) Журнал «Экономика и математические методы» <http://www.cemi.rssi.ru/emm/home.html>
- 10) Economic Journal on the Web – <http://www.oswego.edu/~economic/journals.htm>
- 11) Институт «Экономическая школа». Галерея экономистов
<http://www.ise.spb.ru/gallerymain.html>
- 12) Рабочий центр экономических реформ при Правительстве Российской Федерации –
<http://wcer.park.ru>
- 13) Economic on the World Wide Web – <http://eclab.ch.pdh.edu/ecwww/>,
- 14) Электронный учебный курс (требуется регистрация). —URL: <http://eonline.edu.ru/>
- 15) Портал по экономической теории. —URL: <http://economicus.ru/>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор, или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов состоит: в самостоятельном изучении литературы, подготовки к практическим занятиям, самостоятельного решения задач, изучении лекционного материала, подготовки доклада. Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. Студенты имеют возможность обсудить прочитанное с преподавателями дисциплины во время плановых консультаций, с другими студентами во время практических занятий, а также на лекциях, задавая уточняющие вопросы лектору. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад- вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Работа по подготовке доклада может включать четыре основных этапа:

I. Подготовка

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Основные решения на данном этапе:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

II. Планирование

Планирование позволит обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Основные действия на данном этапе:

- определите источники необходимых данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;

- решите, каким образом будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру;

- составьте список того, что вам предстоит сделать;

- расположите дела в порядке очередности их выполнения;

- составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

III. Техника подготовки краткого

Основные действия на данном этапе заключаются в следующем:

а) прочтите весь доклад;

б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычленили их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимосвязанных формулировок.

д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

IV. Подготовка доклада (сообщения)

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

- составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

- не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.

2. Соответствие теме сообщения.

3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.

4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.

5. Правильность используемой терминологии.

6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.

7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.

8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.

10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)

11. Работа всех ссылок.

12. Единый стиль оформления всех слайдов.

13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.

14. Целесообразно использование эффектов анимации.

15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

1) соответствие заявленной теме и целям;

2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;

3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;

4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;

5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;

2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;

3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;

4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,

5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.

- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или

подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindows 7,

MicrosoftOfficeStandart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.


Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

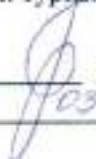
Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 » 2021 г.



«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Модуль информационно-технологический»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Модуль информационно-технологический»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1. Устные опросы	11
6.3.2. Задачи	13
6.3.3. Типовые контрольные задания	14
6.3.4. Темы рефератов и групповых заданий (презентаций).....	15
6.3.5. Промежуточный контроль по дисциплине.....	19
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	21
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	23
7.1. Основная учебная литература	23
7.2. Дополнительная учебная литература.....	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	24
9.1 Рекомендации по организации самостоятельной работы.....	24
9.2. Образцы выполнения некоторых типов заданий.....	27
9.3 Методические рекомендации по выполнению реферата.....	30
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	35
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35

Наименование дисциплины (модуля)

«Модуль информационно-технологический»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Модуль информационно-технологический» является теоретическая и практическая подготовка бакалавров к деятельности, связанной с разработкой, внедрением и администрированием программных комплексов Интернет-торговли и услуг.

Необходимость изучения дисциплины заключается в подготовке студентов для научной и практической деятельности в области разработки веб-приложений в условиях быстро растущих технических требованиях как со стороны клиентского, так и со стороны серверного программного обеспечения.

Основные задачи изучения дисциплины:

- изучение основ клиент-серверной архитектуры веб-приложений;
- изучение серверного языка программирования PHP и принципов построения реляционных баз данных, часто используемых в веб-разработке;
- приобретение навыков настройки, конфигурирования веб-серверов, онлайн-систем управления контентом (CMS);
- овладение современными средствами и методами гипертекстовой разметки веб-страниц (HTML5) с элементами программирования на языке JavaScript;
- овладение средствами и методами выявления уязвимостей программных комплексов Интернет-торговли, а также методами их устранения.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: теоретические основы построения клиент-серверных веб-приложений, общие методы программирования	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Уметь: использовать полученные теоретические знания для решения конкретных прикладных задач, программировать клиент-серверные приложения с применением СУБД для обработки данных, находить и исправлять ошибки в программном коде		
Владеть: практическими навыками конфигурирования и администрирования веб-серверов, а также навыками настройки систем управления контентом		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Модуль информационно-технологический» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла блока Minor(Б1.В.ДВ.08.04; Б1.В.ДВ.09.04) дисциплин подготовки студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6	Тайм-менеджмент Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль педагогический Модуль предпринимательский Модуль коммуникационный	Модуль информационно-технологический	Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль педагогический Модуль предпринимательский Модуль коммуникационный Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-м и в 6-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	34,25
Самостоятельная работа	145,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего(часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Раздел 1. Архитектура клиент-серверных приложений.		4	15	2	20	0,4		
Тема 1.1. Протокол HTTP.	11,1	1	5	-	5	0,1		
Тема 1.2. Конфигурирование серверного ПО.	18,2	2	5	1	10	0,2		
Тема 1.3. Язык гипертекстовой разметки HTML5.	13,2	2	5	1	5	0,2		
Раздел 2. Программирование серверных приложений.		8	40	10	40	1,2		
Тема 2.1. Конструкции языка PHP7.	25,4	2	10	3	10	0,4		
Тема 2.2. Обработка данных форм.	24,2	2	10	2	10	0,2		
Тема 2.3. Подключение баз данных СУБД MySQL.	25,4	2	10	3	10	0,4		
Тема 2.4. Объектно-ориентированное программирование	24,4	2	10	2	10	0,2		
Раздел 3. Методы защиты данных в веб-приложениях.		4	15	4	15	0,4		
Тема 3.1. Пользовательская аутентификация.	25,2	3	10	2	10	0,2		
Тема 3.2. Методы защиты от SQL-инъекций и иные угрозы безопасности данных.	13,2	1	5	2	5	0,2		
Итого	180	16	70	16	75	2	0,25	0,75
Контактная работа	34,25	16	-	16	-	2	0,25	-

Самостоятельная работа	145,75	-	70	-	75	-	-	0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1.1. Протокол HTTP.	Общая схема сетевого взаимодействия клиента и сервера при обмене данными по протоколу HTTP. Описание стандарта протокола: заголовки, тело HTTP-запроса. Обработка HTTP-запросов на сервере, сборка веб-страницы и передача данных клиенту. Серверные приложения – скрипты и их роль при информационном обмене
2.	Тема 1.2. Конфигурирование серверного ПО.	Программное обеспечение веб-сервера: классификация, назначение и общие принципы работы. Конфигурационные файлы веб-сервера Apache. Подключение скриптов PHP, CGI/BIN при обработке запросов. Конфигурационный файл php.ini. Настройка доступа к файлам и скриптам по протоколам HTTP и FTP. Частые ошибки в конфигурациях, приводящие к возникновению уязвимостей. Понятие Back-end разработки клиент-серверных приложений
3.	Тема 1.3. Язык гипертекстовой разметки HTML5.	Понятие Front-end разработки клиент-серверных приложений. Программные средства оформления документов с использованием разметки гипертекста HTML и таблиц стилей CSS/CSS3. Структура документа HTML и основные теги. Роль языка программирования JavaScript при обработке веб-страницы. HTML-теги для генерации форм на веб-страницах и передача данных, введенных в форму на веб-сервер. Передача переменных на сервер методами GET и POST
4.	Тема 2.1. Конструкции языка PHP7.	Типы и структуры данных языка программирования PHP7. Переменные, ассоциативные и не ассоциативные массивы, приведение типов. Суперглобальные массивы. Встроенные и пользовательские функции. Условия, циклы, обход массивов
5.	Тема 2.2. Обработка данных форм.	Передача данных на сторону сервера через HTML-формы. Методы GET и POST, обработка полученных данных. Возможные проблемы и уязвимости при отправке некорректных данных. Упаковка и парсинг отправляемых данных. Динамические веб-страницы, технология AJAX. Загрузка файлов на сервер с помощью форм
6.	Тема 2.3. Подключение баз данных СУБД MySQL.	Конфигурирование сервера баз данных СУБД MySQL и подключение к нему из скрипта, написанного на языке PHP. Реляционная модель данных. Общие принципы построения баз данных для нужд приложений Интернет-торговли. Структурированный язык запросов SQL. Чтение и запись данных из/в базу данных MySQL. Вопросы безопасности и повышения отказоустойчивости при формировании SQL-запросов
7.	Тема 2.4. Объектно-ориентированное программирование	Основные принципы ООП – наследование, инкапсуляция и полиморфизм. Особенности написания объектно-ориентированных приложений на языке программирования PHP. Объявление класса, его членов и методов. Область действия переменных. Пример скрипта с использованием ООП
8.	Тема 3.1. Пользовательская аутентификация.	Средства защиты от несанкционированного доступа. Методы аутентификации пользователей в веб-приложениях. Методы анализа исходного кода веб-приложений на предмет потенциальных угроз безопасности. Хранение пользовательских данных в СУБД, ограничение доступа. Хэш-функции
9.	Тема 3.2. Методы защиты от SQL-инъекций и иные угрозы безопасности данных.	Понятие, классификация и методы осуществления SQL-инъекций. Защита от SQL-инъекций и повышение отказоустойчивости веб-приложений. Типичные ошибки конфигурации серверов, приводящие к возникновению угроз безопасности. Возможные пути несанкционированного доступа к файловой системе веб-сервера, несанкционированное подключение к СУБД

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
1.	Тема 1.1. Протокол HTTP.	1. Конфигурирование веб-сервера Apache.
2.	Тема 1.2. Конфигурирование серверного ПО.	2. HTML-разметка страницы с формой для ввода целочисленной матрицы.
3.	Тема 1.3. Язык гипертекстовой разметки HTML5.	HTML-разметка страницы с формой для ввода имени пользователя и пароля.
4.	Тема 2.1. Конструкции языка PHP7.	Вычисление обратной матрицы с помощью PHP-скрипта.
5.	Тема 2.2. Обработка данных форм.	Создание базы данных пользователей и подключение к ней из PHP-скрипта
6.	Тема 2.3. Подключение баз данных СУБД MySQL.	Авторизация пользователя по введенной электронной почте и паролю
7.	Тема 2.4. Объектно-ориентированное программирование	HTML-разметка формы для регистрации нового пользователя.
8.	Тема 3.1. Пользовательская аутентификация.	Добавление нового пользователя в базу данных с помощью PHP-скрипта
9.	Тема 3.2. Методы защиты от SQL-инъекций и иные угрозы безопасности данных.	Загрузка и обработка изображений с помощью библиотеки GD2 (с использованием объектно-ориентированного подхода).

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1.1. Протокол HTTP.	Назначение и схема работы протокола HTTP. Версии протоколов HTTP и HTTPS, их различия. Очередность выполнения кода PHP, SQL, HTML, CSS, JavaScript при запросе веб-страницы.
2.	Тема 1.2. Конфигурирование серверного ПО.	Конфигурационный файл веб-сервера Apache. Локальный конфигурационный файл .htaccess. Особенности установки веб-сервера Apache в OCLinux и OCWindows. Конфигурационный файл php.ini.
3.	Тема 1.3. Язык гипертекстовой разметки HTML5.	Структура документа HTML, теги. Различия версий HTML. Каскадные таблицы стилей CSS и CSS3, что добавлено в новой версии? Какова роль скриптов Javascript при отображении веб-страницы
4.	Тема 2.1. Конструкции языка PHP7.	Какие типы данных поддерживает PHP7? Особенности обработки ассоциативных и не ассоциативных массивов в PHP7. Назовите особенности приведения типов в PHP7. Опишите суперглобальные массивы, доступные из скриптов PHP. Синтаксис условного оператора if..else, switch в PHP. Синтаксисциклов for, while, until в PHP.
5.	Тема 2.2. Обработка данных форм.	HTML-теги для вывода формы на страницу и их атрибуты. Какие существуют методы для передачи пользовательских данных с веб-страницы на сервер? Корректная обработка данных формы на сервере с помощью скрипта PHP. SQL-инъекции.
6.	Тема 2.3. Подключение баз данных СУБД MySQL.	Реляционная модель данных. Язык структурированных запросов SQL. Функции PHP7 для подключения к СУБД MySQL.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		Функции PHP7 для загрузки и выгрузки данных в СУБД.
7.	Тема 2.4. Объектно-ориентированное программирование	Понятие ООП. Инкапсуляция, наследование, полиморфизм. Объявление класса и создание объекта в PHP. Область действия переменных.
8.	Тема 3.1. Пользовательская аутентификация.	Где применяется и для чего нужна аутентификация пользователей? Безопасная передача пользовательских данных через HTML-форму. Защита пользовательских данных при их хранении в СУБД. Что такое Cookie и сессии в PHP, в чем заключаются их сходства и различия?
9.	Тема 3.2. Методы защиты от SQL-инъекций и иные угрозы безопасности данных.	Определение SQL-инъекции. Известные методы защиты от SQL-инъекций. Методика поиска уязвимостей при анализе исходного кода веб-приложения.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	итоговый контроль по дисциплине	
Раздел 1. Архитектура клиент-серверных приложений	УК-6	Выполнение лабораторных работ. Решение задач. Устный опрос. Контрольная работа		Письменно Устно
Раздел 2. Программирование серверных приложений	УК-6	Выполнение лабораторных работ и написание отчета. Решение задач. Устный опрос		Письменно Устно
Раздел 3. Методы защиты данных в веб-приложениях	УК-6	Выполнение лабораторных работ и написание отчета. Решение задач. Устный опрос		Письменно Устно
	УК-6		Зачет	Письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-6	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера разделов (раздел 4 настоящей РПД)
1	Усвоение основных принципов клиент-серверного взаимодействия при разработке веб-приложений.	1.
2	Владение методами программирования веб-приложений как на серверной стороне, так и на клиентской. Способность читать исходные коды программ, вносить изменения в них согласно поставленным задачам.	2.

Поскольку практически всякая учебная дисциплина призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине может выставляться и при неполной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни				Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций				
	Ниже порогового	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
<p>Критерии:</p> <p>Понимание структуры клиент-серверных веб-приложений, механизма работы протокола HTTP. Владение методами программирования на языке PHP, владение языком запросов SQL, СУБД MySQL. Умение разрабатывать пользовательский интерфейс веб-приложений с помощью языка гипертекстовой разметки HTML, таблиц стилей CSS и языка программирования JavaScript.</p>	<p><u>Компетенция не сформирована (неудовлетворительно)</u></p> <p>Студент не способен дать определения основных понятий и сформулировать основные свойства, не умеет решать типовые задачи. Не умеет использовать структуры данных и конструкции языка PHP. Не умеет работать с учебной литературой, не способен представить результаты своей работы.</p>	<p><u>Компетенция сформирована на удовлетворительно.</u></p> <p>Студент владеет основной терминологией веб-программирования, понимает механизм работы протокола HTTP, владеет практическими навыками решения типовых задач. Умеет разрабатывать PHP приложения, ориентируется в основных конструкциях и типах данных языка. Умеет работать с учебной литературой, представлять результаты своей работы.</p>	<p><u>Компетенция сформирована на «хорошо».</u></p> <p>Студент понимает связи между различными понятиями теории, понимает взаимосвязи между всеми инструментами программирования (HTML/CSS, JavaScript, PHP, MySQL, сервер Apache) и умеет их применять их на практике. Умеет разрабатывать PHP приложения с применением баз данных MySQL, понимает основные структуры языка запросов SQL. Умеет работать с учебной литературой, представлять результаты своей работы.</p>	<p><u>Компетенция сформирована на «отлично».</u></p> <p>Студент знает теоретические основы разработки веб-приложений. Свободно ориентируется в методах программирования и при решении конкретных прикладных задач способен обосновать выбор того или иного метода.</p> <p>Владеет практическими навыками настройки серверного обеспечения (веб-сервер, интерпретатор PHP, СУБД MySQL). Умеет работать с учебной литературой, представлять результаты своей работы.</p>	<p>Зачёт.</p> <p>Лабораторная работа</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 75 % сформированных компетенций по дисциплине, так как данная дисциплина имеет возможность доформирования компетенций на последующих этапах обучения.	При наличии от 75% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1. Устные опросы

Целью опроса является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

РАЗДЕЛ 1. АРХИТЕКТУРА КЛИЕНТ-СЕРВЕРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.

Тема 1.1. Протокол HTTP.

Назначение и схема работы протокола HTTP.

Версии протоколов HTTP и HTTPS, их различия.

Очередность выполнения кода PHP, SQL, HTML, CSS, JavaScript при запросе веб-страницы.

Тема 1.2. Конфигурирование серверного ПО.

Конфигурационный файл веб-сервера Apache.

Локальный конфигурационный файл .htaccess.

Особенности установки веб-сервера Apache в OCLinux и OCWindows.

Конфигурационный файл php.ini.

Тема 1.3. Язык гипертекстовой разметки HTML5.

Структура документа HTML, теги.

Различия версий HTML.

Каскадные таблицы стилей CSS и CSS3, что добавлено в новой версии?

Какова роль скриптов Javascript при отображении веб-страницы?

Проверяемая компетенция:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

РАЗДЕЛ 2. ПРОГРАММИРОВАНИЕ СЕРВЕРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.

Тема 2.1. Конструкции языка PHP7.

Какие типы данных поддерживает PHP7?

Особенности обработки ассоциативных и не ассоциативных массивов в PHP7.

Назовите особенности приведения типов в PHP7.

Опишите суперглобальные массивы, доступные из скриптов PHP.

Синтаксис условного оператора if..else, switch в PHP.

Синтаксисциклов for, while, until в PHP.

Тема 2.2. Обработка данных форм.

HTML-теги для вывода формы на страницу и их атрибуты.

Какие существуют методы для передачи пользовательских данных с веб-страницы на сервер?

Корректная обработка данных формы на сервере с помощью скрипта PHP.

SQL-инъекции.

Тема 2.3. Подключение баз данных СУБД MySQL.

Реляционная модель данных.

Язык структурированных запросов SQL.

Функции PHP7 для подключения к СУБД MySQL.

Функции PHP7 для загрузки и выгрузки данных в СУБД.

Тема 2.4. Объектно-ориентированное программирование.

Понятие ООП. Инкапсуляция, наследование, полиморфизм.

Объявление класса и создание объекта в PHP.

Область действия переменных.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

РАЗДЕЛ 3. МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ ДАННЫХ В ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯХ.

Тема 3.1. Пользовательская аутентификация.

Где применяется и для чего нужна аутентификация пользователей?

Безопасная передача пользовательских данных через HTML-форму.

Защита пользовательских данных при их хранении в СУБД.

Что такое Cookie и сессии в PHP, в чем заключаются их сходства и различия?

Тема 3.2. Методы защиты от SQL-инъекций и иные угрозы безопасности данных.

Определение SQL-инъекции.

Известные методы защиты от SQL-инъекций.

Методика поиска уязвимостей при анализе исходного кода веб-приложения.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения устного опроса следующая шкала:

– менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);

– 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

– 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2. Задачи

Целью решения задач является усвоение, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и процессе самостоятельной работы, развитие навыков применения теоретического материала к решению конкретных задач. Контроль решения задач позволяет проверить степень усвоения материала, даёт объективную оценку овладения студентом компетенциями.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Раздел 1. Архитектура клиент-серверных приложений

Оценка	Задача
«удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none">1. Запустить веб-сервер Apache2. Создать в корневом каталоге htdocs файл index.php, содержащий вызов функции phpinfo()3. Открыть главную страницу сервера, объяснить основные настройки, выводимые на экран функцией phpinfo()
«хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none">1. Установить на локальной машине веб-сервер Apache2. Настроить обработку файлов *.html интерпретатором PHP с помощью конфигурационного файла .htaccess3. Создать в корневом каталоге htdocs файл index.php, содержащий вызов функции phpinfo()4. Открыть главную страницу сервера, объяснить основные настройки, выводимые на экран функцией phpinfo()
«отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции	Сконфигурировать на локальной машине веб-сервер Apache с подключаемым интерпретатором PHP файлов *.php, настроить сервер MySQL, ограничить на сервер входящие подключения из локальной сети/Интернета.

Раздел 2. Программирование серверных приложений.

Оценка	Задача
«удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Написать PHP-функцию, вычисляющую определитель целочисленной матрицы. 2. Разработать структуру таблицы для хранения персональных данных пользователей в СУБД MySQL. 3. Написать HTML-форму, содержащую соответствующие поля для ввода персональных данных пользователей.
«хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Написать PHP-приложение для вычисления обратной матрицы фиксированного порядка с действительными элементами. 2. Подготовить структуру базы данных пользователей, содержащую личные данные и данные, необходимые для аутентификации. 3. Написать HTML-форму, содержащую соответствующие поля для ввода данных, написать PHP-обработчик формы, сохраняющий данные в MySQL. 4. Написать HTML-форму для загрузки на сервер изображения и PHP-обработчик этой формы.
«отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Написать PHP-приложение для вычисления обратной матрицы произвольного порядка с действительными элементами, снабдить приложение HTML-интерфейсом для ввода и вывода матрицы. 2. Подготовить структуру базы данных пользователей, содержащую личные данные и данные, необходимые для аутентификации. Загрузить данные в БД с помощью скрипта PHP. 3. Написать HTML-страницу (интерфейс) авторизации пользователя по электронной почте (e-mail) и паролю, PHP-обработчик этой формы. 4. Написать HTML-форму для загрузки на сервер изображения и PHP-обработчик этой формы. При обработке использовать библиотеку обработки изображений GD и ООП подход.

Раздел 3. Методы защиты данных в веб-приложениях.

Оценка	Задача
«удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Попытаться осуществить SQL-инъекцию с помощью формы авторизации, разработанной на предыдущих занятиях. 2. Объяснить использованные методы обеспечения защищенности данных при их хранении в БД.
«хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Попытаться осуществить SQL-инъекцию с помощью формы авторизации, предоставленной преподавателем. 2. Доработать форму авторизации для исключения возможности проведения SQL-инъекций.
«отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Попытаться осуществить SQL-инъекцию с помощью формы авторизации, разработанной на предыдущих занятиях. 2. Доработать форму авторизации для исключения возможности проведения SQL-инъекций. 3. Объяснить использованные методы обеспечения защищенности данных при их хранении в БД.

6.3.3. Типовые контрольные задания

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей
-------------	---

Контрольная работа по теме «Архитектура клиент-серверных приложений»

Вариант 1

Установить на платформе ОС Linux веб-сервер Apache, интерпретатор PHP, сервер СУБД MySQL.

1. Установить домашней директорией веб-сервера “~/htdocs”.
2. Установить главной страницей веб-сервера php-скрипт, содержащий вызов функции `phpinfo()`.
3. Установить порт веб-сервера для входящих подключений 8080.
4. Создать каталог “htdocs/administrator”, установить на него парольную защиту с помощью конфигурационных файлов `.htaccess` и `.htpasswd`.
5. Установить максимальный размер загружаемого через HTTP файла 50 Мбайт, а для директории “htdocs/administrator” – 5 Мбайт.
6. Добавить пользователя с правами администратора для доступа к СУБД MySQL и установить для него пароль.
7. Включить в PHP поддержку библиотек `cURL`, `GD`, `mysql/mysqli`, включить `magic_quotes`.
8. Объяснить назначение конфигурационных параметров, выводимых функцией `phpinfo()`.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
-------------	---

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения контрольной работы используется следующая шкала:

- менее 50% правильно решенных задач из числа предложенных на контрольной – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- от 50% до 70% правильно решенных задач из числа предложенных на контрольной – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- от 70% до 90% правильно решенных задач из числа предложенных на контрольной – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- от 90% до 100% правильно решенных задач из числа предложенных на контрольной – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.4. Темы рефератов и групповых заданий (презентаций)

Для развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств, развития навыков творческой исследовательской деятельности, формирования практических навыков в области защиты

компьютерных сетей и программирования студентам предлагается подготовить реферат или выполнить групповое задание.

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Для развития навыков командной работы реферат готовит группа из двух-трех человек. Защита реферата происходит в виде публичного выступления с презентацией.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Групповое задание - творческая практическая работа, направленная на формирование практических навыков построения защищенных компьютерных сетей и программировании.

Для развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств задание получает группа из 2-3 человек.

Защита группового задания происходит в виде публичного выступления с презентацией.

При выполнении группового задания необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- изложить постановку задачи;
- осветить основные этапы решения задачи;
- представить результат в виде презентации.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
-------------	---

Темы рефератов и практических групповых заданий:

1. История разработки языка программирования PHP.
2. Обзор, сравнительная характеристика систем управления контентом (CMS) для интернет-торговли.
3. Назначение, обзор, сравнительная характеристика PHP-фреймворков.
4. Новые возможности HTML5 и CSS3.
5. Структуры и типы данных языка программирования PHP.
6. Примеры ООП в PHP. Классы и объекты.
7. Сравнение механизмов сессий и Cookie, их роль при разработке веб-приложений.
8. Защита пользовательских данных, обрабатываемых с помощью СУБД MySQL.
9. Разработка интерактивных пользовательских интерфейсов веб-приложений, технология AJAX.
10. Защита веб-приложений от хакерских атак и SQL-инъекций.
11. Принципы кроссбраузерной верстки веб-страниц, особенности отображения HTML разными браузерами.
12. Обработка и форматы изображений для загрузки на веб-страницы.
13. Поисковая оптимизация сайтов (SEO).

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и

Критерии	Показатели
	структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5. Промежуточный контроль по дисциплине.

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**. Итоговый контроль по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам зачета выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
-------------	---

Вопросы для промежуточного контроля (зачёта)

1. Назначение и схема работы протокола HTTP.
2. Версии протоколов HTTP и HTTPS, их различия.
3. Очередность выполнения кода PHP, SQL, HTML, CSS, JavaScript при запросе веб-страницы.
4. Конфигурационный файл веб-сервера Apache.
5. Локальный конфигурационный файл .htaccess.
6. Особенности установки веб-сервера Apache в OCLinux и OCWindows.

7. Конфигурационный файл php.ini.
8. Структура документа HTML, теги.
9. Различия версий HTML.
10. Каскадные таблицы стилей CSS и CSS3, что добавлено в новой версии?
11. Какова роль скриптов Javascript при отображении веб-страницы?
12. Какие типы данных поддерживает PHP7?
13. Особенности обработки ассоциативных и не ассоциативных массивов в PHP7.
14. Назовите особенности приведения типов в PHP7.
15. Опишите суперглобальные массивы, доступные из скриптов PHP.
16. Синтаксис условного оператора if..else, switch в PHP.
17. Синтаксис циклов for, while, until в PHP.
18. HTML-теги для вывода формы на страницу и их атрибуты.
19. Какие существуют методы для передачи пользовательских данных с веб-страницы на сервер?
20. Корректная обработка данных формы на сервере с помощью скрипта PHP.
21. SQL-инъекции.
22. Реляционная модель данных.
23. Язык структурированных запросов SQL.
24. Функции PHP7 для подключения к СУБД MySQL.
25. Функции PHP7 для загрузки и выгрузки данных в СУБД.
26. Понятие ООП. Инкапсуляция, наследование, полиморфизм.
27. Объявление класса и создание объекта в PHP.
28. Область действия переменных.
29. Где применяется и для чего нужна аутентификация пользователей?
30. Безопасная передача пользовательских данных через HTML-форму.
31. Защита пользовательских данных при их хранении в СУБД.
32. Что такое Cookie и сессии в PHP, в чем заключаются их сходства и различия?
33. Известные методы защиты от SQL-инъекций.
34. Методика поиска уязвимостей при анализе исходного кода веб-приложения.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«**ЗАЧТЕНО**» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«**НЕ ЗАЧТЕНО**» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине «Модуль информационно-технологический» проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке студентов и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опросы и решение задач);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и выполнения домашних заданий;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Оценивается выполнение контрольных работ, подготовка рефератов, групповых заданий, лабораторных работ.

Устный опрос проводится на практических занятиях и затрагивает как тематику предшествующих занятий, так и лекционный материал.

Контроль за выполнением студентами каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине.

В случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета/экзамена. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации задолженности определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине «Модуль информационно-технологический» требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки «Экономика» в форме зачета.

В качестве допуска к промежуточному контролю необходимо выполнение следующих условий:

- выполнение и защита на положительную оценку реферата или группового задания;
- выполнение и защита на положительную оценку лабораторных работ;
- выполнение и сдача всех контрольных работ (все контрольные работы должны быть выполнены на положительную оценку);
- устный опрос по отдельным разделам должен быть пройден на положительную оценку.

Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы в конце девятого семестра. Форма проведения зачёта: устный – по вопросам и задачам. Оценка по результатам зачёта – «зачтено», «не зачтено».

Все виды текущего и рубежного контроля осуществляются на практических и лабораторных занятиях.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практическое задание (задачу), выявляющую степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
2	Устный опрос	Устный опрос по основным терминам и формулам может проводиться в начале/конце лекционного или семинарского занятия в течение 15-20 мин. Либо устный опрос проводится в течение всего семинарского занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо у доски.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
3	Реферат	Темы рефератов выдаются в начале семестра. Реферат выполняет команда из 2-3 человек. Защита проводится в виде презентации на практическом занятии, время выступления- до 5 минут.	Перечень тем рефератов
4	Групповое задание	Темы практических заданий выдаются в начале семестра. Практическое задание выполняет команда из 2-3 человек. Защита проводится в виде презентации на практическом занятии, время выступления- до 5 минут	Перечень тем для групповых заданий
5	Зачет	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными	Комплект билетов к зачету

		заданиями. Аудиторное время, отведенное студенту, на подготовку - 60 мин.	
--	--	---	--

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится «зачтено» или «не зачтено» на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Решение задач	Решение кейса	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,2	0,2	0,4	1,0
оценка					

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Маркин, А. В. Программирование на sql [Электронный ресурс]: в 2 ч. : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры. Ч. 2, 2019. - 1 on-line, 292 с.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Гниденко И. Г. Технологии и методы программирования [Электронный ресурс]: учеб. пособие для приклад. бакалавриата / И. Г. Гниденко, Ф. Ф. Павлов, Д. Ю. Федоров, 2019. - 1 on-line, 235 с.

Литература для самостоятельного изучения:

1. Никсон, Р. Создаем динамические веб-сайты с помощью PHP, MySQL, JavaScript, CSS и HTML5 / Р. Никсон. 5-е изд. – С-Пб: ООО Издательство «Питер», 2019. – 816 с. (Ч.З. №3 1 экз.)
2. Котеров, Д. В., Симдянов, И. В..PHP7 — СПб.: БХВ-Петербург, 2016. — 1088 с. (Ч.З. №3 1 экз.)
3. Веллинг Л., Томсон Л., Разработка веб-приложений с помощью PHP и MySQL [пер. с англ. Артеменко Ю.Н.]/ Веллинг Л., Томсон Л. – Москва: Диалектика, 2017. - 768 с. (Ч.З. №3 1 экз.)
4. Эспозито, Д. Разработка современных веб-приложений. Анализ предметных областей и технологий/ Эспозито, Д.; изд-во «Вильямс», 2017. - 464 с. (Ч.З. №3 1 экз.)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией.

(Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Рекомендации по организации самостоятельной работы

Наиболее эффективными формами **самостоятельной работы** по дисциплине студентов во внеаудиторное время, предусматриваются:

- проработка лекционного материала, работа с основной и дополнительной литературой;
- подготовка к практическим занятиям;
- решение задач, выданных на практических занятиях;
- подготовка к устным опросам;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к промежуточной аттестации;
- подготовка заданий в БРС;
- подготовка группового задания;

Контроль самостоятельной работы

На контроль самостоятельной работы студентов отводится 2 часа контактной работы. Самостоятельная работа студентов проверяется преподавателем (контактная работа – **2 часа**):

- Проверка контрольных работ
- Проведение устного опроса
- Защита реферата или группового задания
- На зачете

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного лабораторного или практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому или лабораторному занятию и материал предыдущего занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или телефон с соответствующими возможностями).

Студентам следует помнить, что обучаемый должен не просто воспроизводить сумму полученных знаний по заданной теме, но и творчески переосмыслить существующее в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем,

явлений, событий продемонстрировать и убедительно аргументировать собственную позицию.

Формы самостоятельной работы студента выбираются преподавателем в соответствии с целями, определенными в рабочей программе и спецификой данного курса.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

При организации самостоятельного изучения ряда тем лекционных курсов дисциплины студент работает в соответствии с указаниями, выданными преподавателем. Указания по изучению теоретического материала курса составляются дифференцированно по каждой теме и включают в себя следующие элементы:

- название темы;
- цели и задачи изучения темы;
- основные вопросы темы;
- характеристику основных понятий и определений, необходимых студенту для усвоения данной темы;
- список рекомендуемой литературы;
- наиболее важные фрагменты текстов рекомендуемых источников, в том числе таблицы, рисунки, схемы и т. п.;
- краткие выводы, ориентирующие студента на определенную совокупность сведений, основных идей, ключевых положений, систему доказательств, которые необходимо усвоить;
- контрольные вопросы, предназначенные для самопроверки знаний.

Важной составляющей самостоятельной внеаудиторной подготовки студента является работа с литературой. Изучение литературы позволяет выяснить, в каком состоянии в современном мире находится рассматриваемая проблема, что сделано другими авторами в этом направлении, какие вопросы недостаточно ясно освещены, либо не рассмотрены.

Прежде чем приступить к освоению научной литературы, рекомендуется чтение учебников и учебных пособий. Наиболее эффективный метод работы с литературой – метод кодирования, включающий комментирование новых данных, оценку их значения, постановку вопросов, сопоставление полученных сведений с ранее известными. В зависимости от вида внеаудиторной подготовки студента работа с учебной, научной и иной литературой предполагает использование разнообразных форм записей: план, тезисы, цитаты, конспект и пр.

План представляет собой перечень основных вопросов, рассматриваемых в источнике, и позволяет наилучшим образом уяснить логику мысли автора, упрощает понимание главных моментов научного труда, быстро и глубоко проникнуть в сущность его построения и, следовательно, гораздо легче ориентироваться в его содержании.

Выписки позволяют в концентрированной форме и с максимальной точностью воспроизвести в произвольном порядке наиболее важные мысли автора, статистические и другие сведения. В отдельных случаях допустимо заменять цитирование изложением, близким к дословному.

Тезисам присуща значительно более высокая степень концентрации материала, в них отмечается преобладание выводов над общими рассуждениями. Тезисы записываются близко к оригинальному тексту, т. е. без использования прямого цитирования. Тезисы оказываются незаменимыми для подготовки глубокой и всесторонней аргументации письменной работы любой сложности, а также для подготовки выступлений на защите, докладов и пр.

К написанию аннотаций прибегают в тех случаях, когда подлинная ценность и пригодность исходного источника информации исполнителю письменной работы окончательно неясна, но в то же время о нем необходимо оставить краткую запись с обобщающей характеристикой. Характерной особенностью аннотации наряду с краткостью и обобщенностью ее содержания является и то, что пишется аннотация всегда после того, как завершено ознакомление с содержанием исходного источника информации. Аннотация пишется почти исключительно своими словами и лишь в крайне редких случаях содержит в себе небольшие выдержки оригинального текста.

Резюме весьма сходно по своей сути с аннотацией. Однако, в отличие от последней, текст резюме концентрирует в себе данные не из основного содержания исходного источника информации, а из его заключительной части, прежде всего, выводов. Как и в случае с аннотацией, резюме излагается своими словами – выдержки из оригинального текста в нем практически не встречаются.

Для работы над конспектом следует: 1) определить структуру конспектируемого материала, чему в значительной мере способствует письменное ведение плана по ходу изучения оригинального текста; 2) в соответствии со структурой конспекта произвести отбор и последующую запись наиболее существенного содержания оригинального текста - в форме цитат или в изложении, близком к оригиналу; 3) выполнить анализ записей и на его основе – дополнение записей собственными замечаниями, соображениями (располагать все это следует на полях тетради для записей или на отдельных листах-вкладках); 4) завершить формулирование и запись выводов по каждой из частей оригинального текста, а также общих выводов.

Изучение литературы следует начинать с работ, опубликованных в последние годы и наиболее полно раскрывающих вопросы выбранной темы, а затем уже переходить к ранним изданиям. Таким образом, можно проследить характер постановки и решения определенной проблемы различными авторами, ознакомиться с аргументацией их выводов и обобщений с тем, чтобы на основе анализа, систематизирования, осмысления полученного материала выяснить современное состояние вопроса.

Подготовка к лекционным занятиям

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на определения, формулировки теорем, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал

прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

При подготовке к лекционным занятиям студенту рекомендуется повторное ознакомление с пройденными ранее темами, касающимися тематики предстоящей лекции. Это освежит в памяти ключевые понятия и законы, необходимые для успешного освоения нового материала. В соответствии с рабочей программой дисциплины студенту также может быть предложено самостоятельная проработка отдельных вопросов, пройденных лекционных тем, знание которых позволит с большей эффективностью изучить новый материал.

Подготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическим занятиям по определенной теме дисциплины необходимо ознакомиться с методическими указаниями по теме занятия, повторить изученный ранее теоретический материал, касающийся понятий, рассматриваемых в данной теме, решить заданные на дом задачи.

В течение занятия студент совместно с преподавателем решает задачи, выполнение которых зачитывается как текущая работа студента.

Подготовка к зачёту

При подготовке к зачёту большую роль играют правильно подготовленные заранее записи и конспекты. В этом случае остается лишь повторить пройденный материал, учесть, что было пропущено, восполнить пробелы, закрепить ранее изученный материал.

В ходе самостоятельной подготовки к зачету при анализе имеющегося теоретического и практического материала студенту также рекомендуется проводить постановку различного рода задач по изучаемой теме, что поможет в дальнейшем выявлять критерии принятия тех или иных решений, причины совершения определенного рода ошибок. При ответе на вопросы, поставленные в ходе самостоятельной подготовки, студент вырабатывает в себе способность логически мыслить, искать в анализе событий причинно-следственные связи.

9.2. Образцы выполнения некоторых типов заданий

Задача № 1. Написать HTML-форму, содержащую соответствующие поля для ввода персональных данных пользователей.

Решение

```
<form action="action_page.php" method="POST" style="border:1px solid #ccc;">
```

```
<divclass="container">
```

```
<h1>Регистрация пользователя</h1>
```

```
<p>Пожалуйста, заполните все поля формы.</p>
```

```
<hr>
```

```
<label for="email"><b>E-mail</b></label>
```

```
<input type="text" placeholder="Введите e-mail" name="email" required>
```

```
<label for="pass"><b>Пароль</b></label>
```

```
<input type="password" placeholder="Придумайтепароль, минимальнаядлина 6 симв." name="psw" required>
```

```
<label for="psw-repeat"><b>Повторитепароль</b></label>
```

```

<input type="password" placeholder="Введите пароль снова" name="psw-repeat" required>

<label>
<input type="checkbox" checked="checked" name="remember" style="margin-
bottom: 15px">Входить автоматически при каждом посещении
</label>

<p>Регистрируясь на сайте, вы принимаете <a href="#"
style="color:dodgerblue">правила сайта и политику конфиденциальности</a>.</p>

<div class="clearfix">
<button type="button" class="cancelbtn">Очистить форму</button>
<button type="submit" class="signupbtn">Регистрация</button>
</div>
</div>
</form>

```

Задача № 2. Настроить обработку файлов *.html интерпретатором PHP с помощью конфигурационного файла .htaccess.

Решение

1. Разрешить локальные изменения конфигураций с помощью .htaccess для корневой директории сервера. Для этого найти в конфигурационном файле **httpd.conf** блок

```
<Directory /var/www/html/> ... </Directory>
```

и добавить в него директиву

AllowOverride All

2. Создать в корневом каталоге веб-сервера файл .htaccess, и поместить в него директивы

```
RemoveHandler .html .htm
AddType application/x-httpd-php .php .htm .html .phtml
```

3. Перезапустить веб-сервер командой (может отличаться в зависимости от платформы)

Sudo service httpd restart

Задача № 3. Написать PHP-обработчик формы загрузки на сервер изображений. И библиотеку обработки изображений GD и ООП подход.

Решение (приведем пример PHP класса)

```
<?php
```

```
class ImageProcessor {
```

```

private $sourceAddress;
private $textCover;
private $textColor;
private $textBackgroundColor;
private $result;

public function __construct($sourceAddress = null, $textCover = 'text example',
$textColor = 0x000000, $textBackgroundColor = 0xFFFFFFFF) {
    $this->sourceAddress = $sourceAddress;
    $this->textCover = $textCover;
    $this->result = null;
    if ($this->sourceAddress == null) {
        return;
    }
    $original = imagecreatefromjpeg($this->sourceAddress);
    if ($original == False) {
        $this->result = null;
        return;
    }
    $width = imagesx($original);
    $height = imagesy($original);
    $this->result = imagecreatetruecolor($width, $height);
    imagecopy($this->result, $original, 0, 0, 0, 0, $width, $height);
    imagedestroy($original);
    $this->textColor = imagecolorallocate($this->result, ($textColor>> 16) &
0xFF, ($textColor>> 8) & 0xFF, $textColor& 0xFF);
    $this->textBackgroundColor = imagecolorallocate($this->result,
($textBackgroundColor>> 16) & 0xFF, ($textBackgroundColor>> 8) & 0xFF,
$textBackgroundColor& 0xFF);
}

public function AddText() {
    if ($this->result == null) {
        return False;
    }
    $fontSize = 18;
    $fontFile = __DIR__ . '/comic.ttf';
    $box = imagettfbbox($fontSize, 0, $fontFile, $this->textCover);
    $width = imagesx($this->result);
    $height = imagesy($this->result);
    if (
        !imagefilledrectangle($this->result, $width - $box[2], $height -
($box[3] - $box[5]), $width, $height, $this->textBackgroundColor) ||
        !imagettftext($this->result, $fontSize, 0, $width - $box[2], $height -
$box[3], $this->textColor, $fontFile, $this->textCover)
    ) {

```

```

        return False;
    }
    return True;
}

public function ShowResult() {
    if ($this->result == null) {
        echo 'Ошибкаприобработкеизображения!<br>';
        return False;
    }
    ob_start();
    imagejpeg($this->result, null);
    $b = ob_get_clean();
    echo '<imgsrc=\'data:image/jpeg;base64,' . base64_encode($b) .'\><br>';
    return True;
}
}
?>

```

9.3 Методические рекомендации по выполнению реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- введение (постановка проблемы, история вопроса).
- основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание

- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию:

- соответствие заявленной теме и целям;
- наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
 - предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
 - чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
 - размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

Правила оформления работы

Работа должна иметь стандартный формат А4 (296x210 мм). Поля должны оставаться по всем четырём сторонам листа: левое поле – 35 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм, количество знаков на странице – примерно 2000.

Текст должен быть отформатирован, выровнен по ширине. Рекомендуется использовать 14 кегль шрифта TimesNewRomane.

Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы. Расстояние между названием главы и последующим текстом должно равняться трем интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками глав и параграфов. Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку литературы, приложениям и т.д.). Введение, главы содержательной части и заключение нумеруются в пределах всей работы, параграфы – в пределах каждой главы, пункты – в пределах каждого параграфа.

Все ошибки и опечатки должны быть исправлены.

Страницы работы с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Первой страницей является титульный лист, он не нумеруется.

Титульный лист оформляется по установленному образцу.

Правила представления формул, написания символов

Формулы набираются с помощью соответствующего редактора: MicrosoftEquation 3.0, встроенный редактор формул MicrosoftOfficeWord, MathType и т.п.

Формулы обычно располагают отдельными строками посередине листа или внутри текстовых строк. В тексте рекомендуется помещать формулы короткие, простые, не имеющие самостоятельного значения и не пронумерованные. Наиболее важные формулы, а также длинные и громоздкие формулы, содержащие знаки суммирования, произведения, дифференцирования, интегрирования, располагают на отдельных строках. Для экономии места несколько коротких однотипных формул, выделенных из текста, можно помещать на одной строке, а не одну под другой.

Нумеровать следует наиболее важные формулы, на которые имеются ссылки в последующем тексте. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы.

Правила оформления таблиц, рисунков, графиков

Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3). Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для всего текста выпускной квалификационной работы. Порядковый номер таблицы проставляется в правом верхнем углу над её названием. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то её приводят в заголовке таблицы после её названия.

Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. При построении графиков по осям координат откладываются соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи.

Правила оформления списка использованной литературы

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Не только

цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включаются в работу со ссылкой на источник.

Список использованной литературы должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ 7.32.2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» и правилами библиографического описания документов ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Рекомендуется представлять единый список литературы к работе в целом. Список обязательно должен быть пронумерован. Каждый источник упоминается в списке один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте работы.

Наиболее удобным является алфавитное расположение материала, так как в этом случае произведения собираются в авторских комплексах. Произведения одного автора расставляются в списке по алфавиту заглавий.

Официальные документы ставятся в начале списка в определенном порядке: Конституции; Кодексы; Законы; Указы Президента; Постановление Правительства; другие нормативные акты (письма, приказы и т.д.). Внутри каждой группы документы располагаются в хронологическом порядке.

Литература на иностранных языках ставится в конце списка после литературы на русском языке, образуя дополнительный алфавитный ряд.

Для каждого документа предусмотрены следующие элементы библиографической характеристики: фамилия автора, инициалы; название; подзаголовочные сведения (учебник, учебное пособие, словарь и т. д.); выходные сведения (место издания, издательство, год издания); количественная характеристика (общее количество страниц в книге).

Пример оформления списка использованной литературы:

Монографии

Атаманчук, Г.В. Сущность государственной службы: История, теория, закон, практика / Г.В. Атаманчук. – М.: РАГС, 2003. – 268 с.

Holland, John H.; Holyoak, Keith J.; Nisbett, Richard E. and Thagard, Paul R. Induction: process of inference, learning and discovery. Cambridge, MA: MIT Press, 1986. – 302 p.

Учебники и учебные пособия

Экономика предприятия: учеб. пособие / Е. А. Соломенникова, В. В. Гурин, Е. А. Прищенко, И. Б. Дзюбенко, Н. Н. Кулабухова – Новосибирск: НГУ, 2002. – 243 с.

Агафонова, Н. Н. Гражданское право: учеб. пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова; под общ. ред. А. Г. Калпина; изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрист, 2002. – 542 с.

Macroeconomics. A European Text. Michael Burda, Charles Wyplosz. OxfordUniversityPress. 1993. – 486 p.

Периодические издания

Кузнецов, Е. Механизм запуска инновационного роста в России // Вопросы экономики. – 2003. – № 3. – С. 19-32.

Hahn, Frank. The Next Hundred Years. Economic Journal, January, 1991, 101 (404) – pp. 47-50.

Электронные ресурсы

Statsoft, Inc.(1999). Электронный учебник по статистике. Москва, Statsoft. Web: <http://www.statsoft.ru/home/texlbook>.

Правила оформления ссылок на использованные литературные источники

Цитаты (выдержки) из источников и литературы используются в тех случаях, когда свою мысль хотят подтвердить точной выдержкой по определенному вопросу. Цитаты должны быть текстуально точными и заключены в кавычки. Если в цитату берется часть текста, т.е. не с начала фразы или с пропусками внутри цитируемой части, то место пропуска обозначается отточиями (три точки). В тексте необходимо указать источник приводимых цитат. Как правило, ссылки на источник делаются под чертой, внизу страницы (сноска). Если мысль из какого-нибудь источника излагается своими словами, то сноска должна иметь вид: «См.:» («смотри»), а затем выходные данные произведения или документа. Если на странице работы повторно дается ссылка на один и тот же источник, то сноска должна иметь вид: «Там же. С. □». Возле цитаты в строке ставится цифра или звездочка, по которой под чертой определяется принадлежность цитаты. Цитаты можно приводить только по источнику, ссылка на который обязательна.

Можно использовать и другой вариант оформления научного аппарата работы, не прибегая к подстрочным ссылкам. В этом случае достаточно указать в квадратных скобках порядковый номер источника в списке литературы и номер процитированной страницы. Например: [5, 236]. Так делается в случае дословного цитирования. Если же просто ссылаются на соответствующее место в источнике, то перед его номером ставится «См.:». Например: [См.: 11, 118].

Такой порядок оформления ссылок на литературные источники позволяет избежать повторения названий источников при многократном их использовании в тексте.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindows 7,

MicrosoftOfficeStandart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 » 03 2021 г.


«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурьжова
« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Модуль коммуникационный»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Модуль коммуникационный»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1. Типовые тестовые задания	11
6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине.....	15
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	16
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	17
7.1. Основная учебная литература	17
7.2. Дополнительная учебная литература.....	17
7.3. Для самостоятельного изучения.....	18
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	20
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

Наименование дисциплины (модуля)

«Модуль коммуникационный»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Модуль коммуникационный» является сформировать представление о коммуникации, ее моделях, уровнях и видах, структуре коммуникационного процесса, специфике массовой коммуникации как вида деятельности и процессе, о теориях взаимодействия с аудиторией, развить умение грамотно использовать возможности коммуникации в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать представление о месте и роли профессиональной коммуникации в системе социальных коммуникаций;
- сформировать представление об основных этапах развития систем коммуникации;
- сформировать представление о современных теориях коммуникации, ее моделях, уровнях и видах;
- сформировать представление о структуре коммуникационного процесса;
- усвоить основные положения теорий с аудиторией в системе коммуникативного процесса;
- сформировать представление о современных тенденциях развития СК;
- развить способность грамотно использовать возможности коммуникации в профессиональной деятельности.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: специфику организации как массовой, так и групповой коммуникации в отличие от других форм и видов коммуникации, а также ее специфику в разных сферах профессиональной деятельности; определения базовых понятий и категорий теории коммуникации;	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Уметь: дифференцировать, характеризовать и оценивать формы, уровни и виды коммуникации; выстраивать (моделировать) коммуникацию по заданным моделям и видам; отличать массовую коммуникацию от других видов коммуникации по основным параметрам – адресант, адресат, сообщение, каналы, код, эффект;		
Владеть: базовыми навыками, составляющими коммуникативную компетентность личности, включая навык оценивания коммуникативной компетентности коммуникатора и коммуниканта, в том числе и в отношении собственной личности		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Модуль коммуникационный» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла блока Minor(Б1.В.ДВ.08.05; Б1.В.ДВ.09.05) дисциплин подготовки студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
-------------	---------------------------	-------------------	------------------------

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6	Тайм-менеджмент Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль педагогический Модуль информационно-технологический Модуль предпринимательский	Модуль коммуникационный	Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль педагогический Модуль информационно-технологический Модуль предпринимательский Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	34,25
Самостоятельная работа	145,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1. Введение в теорию коммуникации. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникации.	14,2	2	5	2	5	0,2		
Тема 2. Современные теории и модели коммуникации. Теории взаимодействия СК и аудитории.	24,2	2	10	2	10	0,2		
Тема 3. Стратегии устных деловых коммуникаций.	14,2	2	5	2	5	0,2		
Тема 4. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	24,2	2	10	2	10	0,2		
Тема 5. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика.	25,4	2	10	3	10	0,4		
Тема 6. Социально-психологические аспекты делового общения.	22,2	2	10	-	10	0,2		
Тема 7. Барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	24,2	2	10	2	10	0,2		
Тема 8. Развитие документной лингвистики и ее перспективы.	30,3	2	10	3	15	0,4		
Итого	180	16	70	16	75	2	0,25	0,75
Контактная работа	34,25	16	-	16	-	2	0,25	-
Самостоятельная работа	145,75	-	70	-	75	-	-	0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№	Наименование тематического модуля	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
1	Введение в теорию массовой коммуникации. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникации	Цели, задачи и место дисциплины в структуре подготовки студентов. Понятие коммуникации. Коммуникационный процесс и его структура. Субъекты коммуникации. Коммуникативное взаимодействие. Проблема типов объектов коммуникации. Вопрос о типе взаимодействия. Виды коммуникации и основания для их классификации.
2	Тема 2. Современные теории и модели коммуникации. Теории взаимодействия СК и аудитории.	Математическая модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера. Кибернетическая модель коммуникации Н. Винера. Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба. Интегральная обобщенная модель коммуникации Б. Вестли и М. Маклина. Трансакционная модель коммуникации. Модель интегрированных социальных коммуникаций. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций. Уровни коммуникации: технический, влиятельный, семантический. Теории взаимодействия СК и аудитории: теории неограниченного и ограниченного влияния СК на аудиторию, теории воздействия аудитории на СК.
3	Тема 3. Стратегии устных деловых коммуникаций.	Информация, ее значимость и типы. Побудительная и констатирующая информация. Человек как источник информации. Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед. Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения при подготовке и проведении рекламной компании.
4	Тема 4. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	Особенности официально-деловой речи. Язык служебных документов. Приказ, Протокол, Решение, Договор. Организационно-распределительная документация: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка, таблица, сплошной связный текст. Деловые письма: соглашения, запросы, сопроводительные письма (Поздравления, Извинения, Соболезнования, письма-ответы с благодарностью). Служебные записки для внутренней коммуникации: Распоряжения, Проведение мероприятий...). Правила оформления деловых посланий. Рекламный текст как вид делового послания. Особенности делового общения с использованием электронных средств коммуникации. Преимущества и недостатки использования телефакса и факс-модема. Стандартный (нейтральный) порядок слов и инверсия. Синтаксис простого предложения. Проблема координации главных членов предложения. Использование причастных и деепричастных оборотов. Употребление безличных и пассивных конструкций. Стилистическое своеобразие конструкций с отглагольными существительными. Проблема расщепленного сказуемого и нанизывания косвенных падежей. Сложное предложение в официальном тексте. Стилистическое использование союзов.
5	Тема 5. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Конфликты в деловых отношениях, их причины и разновидности. Структура конфликта. Объективная и субъективная составляющая конфликтов. Динамика конфликта. Кумулятивный характер конфликта. Основные модели конфликта. Способы разрешения конфликтов: уклонение от противоречия, «сглаживание», компромисс, конфронтация, подавление (принуждение). Процедурные аспекты регулирования конфликтов: примирение, посредничество, арбитраж. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Возможности управления конфликтной ситуацией. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и

		методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный). Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции.
6	Тема 6. Социально-психологические аспекты делового общения.	Проблематика общения в концепции классического психоанализа. Социобиологическая, этологическая трактовка общения. Структурные компоненты аспекты и уровни общения. Типология коммуникации (классификации Э.Берна, Н.Сагатовского и др.). Интимно-личностное, деловое, социально-ролевое общение. Этический контекст человеческого общения. Этика как наука и явление духовной жизни. Мораль и этические регуляторы поведения и профессиональных взаимоотношений. Моральные категории, принципы и нормы профессиональной этики. Противоречия между этикой и бизнесом, болевые точки российского предпринимательства. Профессиональные и корпоративные этические кодексы.
7	Тема 7. Барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	Основания классификации и характеристика барьеров коммуникации: географические, социокультурные, лингвистические, организационные, личностные. Глубинная причина – ментальные коды (индивидуализм – коллективизм, дистанция власти, избегание неопределённости, мужественность – женственность, долгосрочная ориентация и др.). Производная причина – национальная социокультурная идентичность (национальный характер, восприятие окружающего мира, переживание времени и пространства, вербальные и невербальные способы общения, ценностные ориентиры, образы поведения, обычаи, нормы, роли, социальные группировки и отношения, культурно-специфические духовные объективации). Принадлежность участников коммуникации к низко- или высококонтекстной культуре как фактор выбора стиля коммуникации (имплицитный – эксплицитный). Пути преодоления социокультурных барьеров. Лингвистические барьеры, связанные с когнитивными затруднениями обработки лингвистической информации, решением нелингвистических задач на размышление, особенностями структуры иностранного языка. Причины лингвистических барьеров – многополярная межкультурная коммуникация и отсутствие унифицированного языка-посредника. Пути преодоления лингвистических барьеров. Личностные барьеры, вызванные культурным шоком, предубеждениями и стереотипами, стремлением оценивать и повышенной тревожностью. Пути их преодоления.
8	Тема 8. Развитие документной лингвистики и ее перспективы.	Основные тенденции развития документной коммуникации: лингвистический аспект. Организационная коммуникация и документная лингвистика. Тезаурус документных средств. Документная лингвистика в современном информационном обществе. Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС). Инновационные направления документной лингвистики.

4.2. Тематика практических занятий

Практические занятия по дисциплине «Модуль коммуникационный» делятся на два вида:

- 1) обсуждение практических заданий, выполненных самостоятельно после изучения каждого раздела;
- 2) презентация и обсуждение групповых творческих исследовательских проектов, подготовленных студентами самостоятельно после изучения ряда тем.

№	Наименование темы	Содержание работы студентов
1	Тема 1. Введение в теорию коммуникации. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникации.	1. Выполнение практических заданий по теме 1. 2. Выполнение тестовых заданий по теме 1

2	Тема 2. Современные теории и модели коммуникации. Теории взаимодействия СМК и аудитории.	1. Выполнение практических заданий по теме 2. 2. Выполнение тестовых заданий по теме 2. 3. Презентация и обсуждение творческих групповых проектов
3	Тема 3. Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций.	1. Выполнение практических заданий по теме 3 2. Выполнение тестовых заданий по теме 3 3. Презентация и обсуждение творческих групповых проектов
4	Тема 4. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Деловая игра
5	Тема 5. Барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	Деловая игра
6	Тема 8. Развитие документной лингвистики и ее перспективы.	1. Выполнение практических заданий по теме 8 2. Выполнение тестовых заданий по теме 68

4.3. Самостоятельная работа студентов

№	Наименование тематического модуля	Содержание самостоятельной работы студентов
1	Тема 1. Введение в теорию массовой коммуникации. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникации	Проблема типов объектов коммуникации. Вопрос о типе взаимодействия. Виды коммуникации и основания для их классификации.
2	Тема 2. Современные теории и модели коммуникации. Теории взаимодействия СК и аудитории.	Теории взаимодействия СМК и аудитории: теории неограниченного и ограниченного влияния СМК на аудиторию, теории воздействия аудитории на СМК.
3	Тема 3. Стратегии устных деловых коммуникаций.	Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения при подготовке и проведении рекламной компании.
4	Тема 4. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	Синтаксис простого предложения. Проблема координации главных членов предложения. Использование причастных и деепричастных оборотов. Употребление безличных и пассивных конструкций. Стилистическое своеобразие конструкций с отглагольными существительными. Проблема расщепленного сказуемого и нанизывания косвенных падежей. Сложное предложение в официальном тексте. Стилистическое использование союзов.
5	Тема 5. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный). Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции.
6	Тема 6. Социально-психологические аспекты делового общения.	Мораль и этические регуляторы поведения и профессиональных взаимоотношений. Моральные категории, принципы и нормы профессиональной этики. Противоречия между этикой и бизнесом, болевые точки российского предпринимательства. Профессиональные и корпоративные этические кодексы.
7	Тема 7. Барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	Личностные барьеры, вызванные культурным шоком, предубеждениями и стереотипами, стремлением оценивать и повышенной тревожностью. Пути их преодоления.
8	Тема 8. Развитие документной лингвистики и ее перспективы.	Инновационные направления документной лингвистики.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	итоговый контроль по дисциплине	
Тема 1. Введение в теорию массовой коммуникации. Структура коммуникационного процесса. Участники коммуникации	УК-6	Тестирование		Письменно
Тема 2. Современные теории и модели коммуникации. Теории взаимодействия СК и аудитории.	УК-6	Тестирование Творческие групповые проекты		Письменно Устно
Тема 3. Стратегии устных деловых коммуникаций.	УК-6	Тестирование		Письменно
Тема 4. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	УК-6	Деловая игра		Устно
Тема 5. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	УК-6	Деловая игра		Устно

Тема 6. Социально-психологические аспекты делового общения.	УК-6	Тестирование		Письменно
Тема 7. Барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	УК-6	Тестирование		Письменно
Тема 8. Развитие документной лингвистики и ее перспективы.	УК-6	Тестирование		Письменно
	УК-6		Зачет	Устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Этапы, показатели и критерии оценивания компетенций

Код компетенции	УК-6	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем
Знание специфики организации как массовой, так и групповой коммуникации в отличие от других форм и видов коммуникации, а также ее специфику в разных сферах профессиональной деятельности;	Усвоение определений и базовых понятий и категорий теории коммуникации; формы, уровни и виды коммуникации; структуру коммуникационного процесса; специфику массовой коммуникации; основные положения теорий взаимодействия и аудитории	1,2,3
Умение дифференцировать, характеризовать и оценивать формы, уровни и виды коммуникации; выстраивать (моделировать) коммуникацию по заданным моделям и видам; отличать массовую коммуникацию от других видов коммуникации по основным параметрам – адресант, адресат, сообщение, каналы, код, эффект	Усвоение методов дифференцирования, характеристика и оценивания отдельных компонентов, составляющих структуру коммуникационного процесса; дифференцирование, характеристика и оценивание основных положений теорий взаимодействия СМК и аудитории; использовать и при необходимости трансформировать теоретические модели в соответствии с конкретной (реальной) коммуникативной ситуацией; оценивать особенности аудитории, удерживать и активировать ее внимание	4,5,6
Усвоение навыков сравнительно-сопоставительного и системно-структурного анализа; способностью к обобщению, анализа, восприятия информации	Владение базовыми навыками, составляющими коммуникативную компетентность личности, включая навык оценивания коммуникативной компетентности коммуникатора и коммуниканта, в том числе и в отношении собственной личности	7,8

Код компетенции	УК-6			Тип ФОС
	Критерии уровня освоения компетенции			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание специфики организации как массовой, так и групповой коммуникации в отличие от других форм и видов коммуникации, а также ее специфику в разных сферах	50-69 % правильных ответов	70-89 % правильных ответов	90-100 % правильных ответов	Тест

Код компетенции	УК-6			Тип ФОС
	Критерии уровня освоения компетенции			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
профессиональной деятельности;				
Умение дифференцировать, характеризовать и оценивать формы, уровни и виды коммуникации; выстраивать (моделировать) коммуникацию по заданным моделям и видам; отличать массовую коммуникацию от других видов коммуникации по основным параметрам – адресант, адресат, сообщение, каналы, код, эффект	50-69 % правильных ответов	70-89 % правильных ответов	90-100 % правильных ответов	Тест
Усвоение навыков сравнительно-сопоставительного и системно-структурного анализа; способностью к обобщению, анализа, восприятия информации;	50-69 % правильных ответов	70-89 % правильных ответов	90-100 % правильных ответов	Тест

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1. Типовые тестовые задания

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

1. Связи с общественностью - это:

- а) сфера бизнеса;
- б) рекламная деятельность;
- в) коммуникативная деятельность.

2. Коммуникация – это:

- а) общение;
- б) процесс передачи и обмена информацией;
- в) общение с помощью технических средств.

3. Первая модель коммуникации была предложена:

- а) Платоном;
- б) Аристотелем;
- в) Лассуэлом.

4. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассуэлу являются:

- а) оратор, аудитория, средства передачи информации;

- б) коммуникатор, сообщение, обратная связь;
- в) источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.

5. К средствам коммуникации относятся:

- а) технические средства связи;
- б) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;
- в) вербальные, невербальные, технические средства.

6. Определите, какое понятие соответствует предложенным положениям:

- а) целью коммуникации является получение новых знаний;
- б) целью коммуникации является побудить аудиторию к совершению каких-либо действий;
- в) целью коммуникации является побудить аудиторию к совершению каких-либо действий помимо её желаний;
- г) целью коммуникации является установление контактов.

7. Наиболее эффективная коммуникация- это коммуникация с помощью:

- а) технических средств;
- б) непосредственное общение лицом к лицу;
- в) сообщение с использованием невербальных средств коммуникации.

8. Коммуникационная компетентность – это:

- а) умение налаживать контакты;
- 2) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации;
- 3) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.

9. Основная цель переговоров – это:

- а) демонстрация силы;
- б) консенсус;
- в) утверждение собственных интересов.

10. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач:

- а) логические барьеры;
- б) влияние окружающей среды;
- в) стилистические барьеры;
- г) неправильное оформление сообщения;
- д) межкультурные различия;
- е) несоответствие смысла и содержания информации;
- ж) фонетические барьеры;
- з) неконгруэнтность (несоответствие) вербальных и невербальных сигналов;
- и) семантические барьеры.

11. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:

- а) интересы собеседников;
- б) этнографические различия;
- в) статусно-ролевые отношения;
- г) пространственная организация среды.

12. Согласны ли Вы с утверждением, что реклама является главным средством специалиста по связям с общественностью:

- а) да;
- б) нет, но;
- в) не знаю.

13. Можно ли отнести общение с человека с самим собой к коммуникации:

- а) да;
- б) нет;
- в) нельзя, так как процесс коммуникации предполагает диалог;
- г) да, так как происходит обмен информацией.

14. Социальная коммуникация- это:

- а) процесс межличностного общения;
- б) специализированный вид рекламы;
- в) процесс передачи информации;
- г) опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.

15. Массовая коммуникация- это:

- а) процесс потребления информации массовой аудиторией;
- б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.

16. Одним из компонентов схемы коммуникационного процесса по Ю. Воронцову является:

- а) коммуникационная обстановка;
- б) массовая аудитория;
- в) технические средства;
- г) мимика и жесты.

17. Барьерами коммуникации могут являться:

- а) отсутствие коммуникации;
- б) амбициозность технического персонала;
- в) неприятие имиджа коммуниканта;
- г) наличие трибуны для выступления.

18. Коммуникационной проблемой организации является:

- а) нарушение возможности получать и распространять информацию; 2) создание сетевого коммуникационного пространства;
- б) развитие нисходящих коммуникаций.

19. Одним из средств невербальной коммуникации является:

- а) тактильный контакт;
- б) приказ о материальном поощрении;
- в) заявление об увольнении.

20. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:

- а) 97,5 %;
- б) 7-10 %;
- в) 50 %;

г) 0 %.

21. К способам защиты от помех восприятия информации причислить:

- а) повтор сообщения в разное время;
- б) значительное повышение громкости речи;
- в) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;
- г) внезапное прекращение вербальной коммуникации.

22. К ресурсам коммуникации относят:

- а) благоприятное мнение начальника о способностях менеджера по СО;
- б) коммуникационные технологии;
- в) высшее образование;
- г) отсутствие всяких принципов, в том числе мешающих работе.

23. Целевая аудитория может быть дифференцирована:

- а) по социально-демографическому принципу;
- б) только по политико-географическому принципу;
- в) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации;
- г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.

24. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на:

- а) удовлетворение амбиций руководителя организации;
- б) поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации;
- в) удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента;
- г) полезное обеспечение контактов с внешней средой.

25. Корпоративная миссия фирмы - это:

- а) социально приемлемая концепция бизнеса фирмы;
- б) зарабатывание денег;
- в) захват рынка;
- г) устранение конкурентов.

26. Непосредственное планирование коммуникации включает:

- а) программирование;
- б) получение руководящих указаний;
- в) выстраивание стратегических линий развития.

Критерии оценки результатов тестирования

Параметры оценивания	Оценка, баллов	Уровень выполнения
Свободно владеет терминологией, навыками сравнительно-сопоставительного и системно-структурного анализа; способностью к обобщению, анализа, восприятия информации	86-100	Высокий (отлично)
Владеет терминологией, умеет дифференцировать, характеризовать и оценивать формы, уровни и виды коммуникации; выстраивать (моделировать) коммуникацию по заданным моделям и видам; отличать массовую коммуникацию от других видов коммуникации по основным параметрам – адресант,	70-85	Продвинутый (хорошо)

адресат, сообщение, каналы, код, эффект		
Имеет представление об основных терминах, основных закономерностях, знает специфику организации как массовой, так и групповой коммуникации в отличие от других форм и видов коммуникации, а также ее специфику в разных сферах профессиональной деятельности	41-69	Пороговый (удовлетворительно)
Знания отрывочные, поверхностные, бессистемные	40 и менее	Неудовлетворительно
Тест не выполнялся	0	

6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля является *зачет*. По итогам зачета выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено». Зачет по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Зачет может выставляться по результатам аттестации всех блоков модуля или по вопросам для зачета. Форма проведения зачета должна быть доведена до студентов.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Вопросы к зачету:

1. Понятие коммуникации. Коммуникативное взаимодействие. Вопрос о типе взаимодействия.
2. Коммуникационный процесс и его структура.
3. Субъекты коммуникации. Проблема типов объектов коммуникации.
4. Виды коммуникации и основания для их классификации.
5. Понятие и особенности массовой коммуникации: специфика адресанта, каналов, информации, эффекта.
6. Характеристика массового адресата.
7. Место массовой коммуникации в ряду социальных коммуникаций.
8. Основные функции массовой коммуникации.

9. Менеджмент как информационно-коммуникационная деятельность. Роль и место менеджмента в системе коммуникации.
10. Математическая модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера. Кибернетическая модель коммуникации Н. Винера.
11. Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.
12. Интегральная обобщенная модель коммуникации Б. Вестли и М. Маклина.
13. Трансакционная модель коммуникации.
14. Модель интегрированных социальных коммуникаций. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций.
15. Уровни коммуникации: технический, влиятельный, семантический.
16. Теории взаимодействия СМК и аудитории: общая характеристика и классификация.
17. Теории влияния СМК на аудиторию,
18. Теории воздействия аудитории на СМК.
19. Современные тенденции развития СМК: глобализация и демассовизация.
20. Современные тенденции развития СМК: конгломерация, конвергенция

Шкала оценивания сформированности компетенций

«ЗАЧТЕНО» ставится в случае, если студент набрал более 55% от максимального количества баллов в ответах теста, при этом на защите проекта был дан полный, развернутый ответ, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен понятно для читающего (см. критерии по оценке проекта). К тому же студент должен освоить все этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины, выполнить все задания текущего контроля. Компетенции сформированы на хорошем или пороговом уровне.

«НЕ ЗАЧТЕНО» ставится в случае, если студент набрал менее 55% от максимального количества баллов в ответах теста, при этом на защите проекта ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь рассматриваемого вопроса проекта с другими объектами профессиональной деятельности. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения (см. критерии по оценке проекта). Кроме того, студент не освоил все этапы формирования компетенций, задания текущего контроля по дисциплине выполнены не в полном объеме. Компетенции не сформированы или Проект полностью отсутствует или Отказ от ответа.

В случае выявления на зачете шпаргалок, фактов списывания, использования несанкционированных технических средств и т.д. студенту выставляется в качестве итоговой оценки за зачет **«не зачтено»**.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Компетенции, которые должны быть освоены в рамках изучения дисциплины, оцениваются с помощью двух типов фондов оценочных средств:

- тестов;
- практических заданий.

Тестирование осуществляется с использованием электронного Портала тестирования БФУ им. И. Канта (pt.kantiana.ru).

Предусмотрено тестирование после каждой темы, а также итоговое тестирование после изучения всего курса.

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Для аттестации по дисциплине, студенты должны показать не ниже порогового уровня освоения компетенции на каждом из этапов оценивания.

Уровень знаний, умений, навыков и компетенций, сформированных у студентов в результате изучения дисциплины, оценивается по балльно-рейтинговой системе. При этом учитываются качество и систематичность работы каждого студента в течение всего семестра. Виды работы, сроки выполнения, критерии оценивания и количество баллов приведены в таблице (ниже).

Зачет как традиционная форма отчетности не проводится. Итоговая оценка по дисциплине выставляется по сумме баллов, набранных каждым обучающимся за выполнение всех видов работы в течение семестра.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Введенская, Л. А.

Русский язык. Культура речи. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебник / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - 2-е изд., стер.. - Москва: КноРус, 2014

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для академического бакалавриата/ ред. В. Д. Черняк. - 3-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Русский язык и культура речи. Современная языковая ситуация [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры/ В. А. Козырев, В. Д. Черняк. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019

Русский язык и культура речи. Практикум словарь [Электронный ресурс]: учеб.-практ. пособие для академического бакалавриата/ Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена ; под общ. ред. В. Д. Черняк. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

Виноградова, С. М.

Психология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. для бакалавров/ С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. - Москва: Юрайт, 2014 on-line, 512 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 511-512 (30 назв.) и в подстроч. примеч.. - Лицензия до 18.12.2018 г.- ISBN 978-5-9916-3340-6: 10100.01, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 1: ЭБС Кантиана(1)

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М., Аспект-Пресс, 2010.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: Сущность, каналы, действия. М., 2004.
3. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. М. - СПб., Питер, 2011.
4. Лазарсфельд, П.Мертон. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие. // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000, с. 138-148.
5. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. М., 1999.
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., URSS, 2011.
7. Основы теории коммуникации. Часть 2 // Отв. ред. Д.П.Гавра: Уч. пос. СПб., 2006.
8. Основы теории коммуникации: Учебник/ под ред. М.А.Василика. – М., - 2003.
9. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., 2003.
10. Сиберт Ф. С, Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы / Пер. с англ. М., 1998.
11. Терин В.П. Теоретические основы массовой коммуникации // Новое и старое в теоретической социологии. Кн. 1 / Под ред. Ю.Н. Давыдова. М., 1999.
12. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Пер. с англ. М., 2004.
13. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. Часть 1 – 2 // Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. М., 2009.
14. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Спб., 2000
15. Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс) – М., 2004.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекции проводятся в форме дискуссий и служат для ознакомления студентов с ключевыми аспектами изучаемой дисциплины. Работа студента на лекции заключается в уяснении основ дисциплины, кратком конспектировании материала, уточнении вопросов, вызывающих затруднения.

Практические занятия проводятся в форме: семинаров, анализа ситуационных задач (кейсов), деловых (ролевых) игр, выполнения тестов и контрольных заданий.

Тематика и содержание практических занятий устанавливаются преподавателем в соответствии со структурой и содержанием дисциплины.

Самостоятельная работа студентов состоит: в изучении литературы, подготовки к практическим занятиям и семинарам, решения задач, изучении лекционного материала, подготовки к работе над кейсами и участия в деловых (ролевых) играх, а также к обсуждению вопросов в ходе дискуссий. В ходе изучения дисциплины, студенты имеют возможность обсудить прочитанное с преподавателем во время плановых консультаций, с другими студентами во время практических занятий, а также на лекциях, задавая уточняющие вопросы лектору. Индивидуальная работа студентов состоит в самостоятельной подготовке по заданию преподавателя к выполнению контрольных работ, докладов, анализу ситуаций, рассматриваемых в ходе деловых (ролевых) игр и выполнению кейсов.

Форма промежуточного контроля знаний студентов – зачёт. Зачёт проводится ведущим преподавателем в установленные учебным планом сроки, при условии успешного выполнения всех заданий.

Доклады по данной дисциплине готовятся с целью рассмотрения и анализа практических ситуаций, и проблем организации и планирования производства. Темы для докладов выбираются самостоятельно или из списка предложенных преподавателем.

Слушатель представляет доклад на семинарском занятии в виде презентации на 5 - 7 минут. По теме каждого доклада проходит дискуссия.

Написание и защита эссе по теме исследования – важнейшая форма самостоятельной учебной работы студентов, целью которой является подготовка студентов к написанию и защите курсовых, а также выпускной квалификационной работы. В процессе подготовки и защиты эссе студент расширяет, углубляет и систематизирует свои теоретические и практические знания по выбранной теме, а также определяет собственную позицию по проблемам объекта исследования, совершенствует навыки разработки практических рекомендаций.

Групповая работа студентов - это работа в, своего рода, «трудовом коллективе», где обязательно выделится или будет назначен лидер группы, произойдет разделение труда или специализация и даже будут возникать конфликты. Все это похоже на реальную ситуацию, которая может иметь место в любой организации.

Групповая работа слушателей во время участия в деловых (ролевых) играх предполагает следующее:

1. Организация малых групп (3-5 человек), выбор объекта исследования, лидера группы, разделение обязанностей.
2. Выбор объекта исследования (конкретная или вымышленная ситуация, подобная реально происходящим на предприятии или отрасли).
3. Анализ сложившихся тенденций, закономерностей и проблем исследования.

4. Разработка предложений в виде программы (порядка) учёта специфики и преодоления проблем региональной экономики.

5. Оценка эффективности предложенной программы мероприятий (порядка).

По результатам групповой работы составляется отчет, содержание которого в виде презентации представляется на семинарском занятии.

Работу с ситуационными задачами (кейсами) можно проводить в тех же малых группах, которая состоит из следующих этапов:

1. Выбор варианта кейса по рассматриваемой тематике.

2. Внимательное прочтение кейса, описание процессов, имеющих место в кейсе. Определение основных проблем данной территории.

3. Выделение тех принципов и теоретических концепций, которые являются ключевыми для понимания сущности ситуации, содержащихся в кейсе процессов определенной территориальной системы. Выбор алгоритма решения.

4. Собранная и проанализированная информация, установленные ключевые принципы, концепции и проблемы избирательно применяются для анализа этих проблем с точки зрения их значимости, критичности и поиска путей эффективного разрешения.

5. Решение кейса и оформление результатов.

Если кейсы слишком большие по объему информации или требуют расчетов, то такие кейсы выполняются самостоятельно вне аудитории. На занятии представляются результаты анализа кейса и межгрупповая дискуссия по этим результатам.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindows 7,

MicrosoftOfficeStandart 2010

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

1) доска магнитно-маркерная;

2) пользовательский компьютер;

3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
« 03 » « 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова
« 03 » « 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Наименование: «Модуль личностно-ориентированного
совершенствования»**

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Модуль личностно-ориентированного совершенствования»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине	17
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	18
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	20
7.1. Основная учебная литература	20
7.2. Дополнительная учебная литература.....	20
7.3. Для самостоятельного изучения.....	21
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	24
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	31
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	31

Наименование дисциплины (модуля)

«Модуль личностно-ориентированного совершенствования»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Модуль личностно-ориентированного совершенствования» является развитие навыков самостоятельного анализа различных видов информации, использования гуманитарных знаний и психологических технологий для личностного и профессионального роста. Формирование у студентов представлений о критическом мышлении, ценностях и морали, об эффективном личностном самосовершенствовании, междисциплинарной картине развития представлений о личности в человеческой культуре и цивилизации.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: научно-психологические основы выбора, процессуально-структурные компоненты психологического феномена «выбор», основные направления современной этики, базовые элементы и приемы, применяемые в подготовленной публичной речи.	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Уметь: составлять перспективный план жизни, с учетом возможных препятствий, решать конфликтные ситуации, опираясь на знания о стратегиях поведения, аргументированно излагать свои моральные убеждения и составлять хорошее самостоятельное публичное выступление		
Владеть: приемами самооценки, эффективного общения и слушания, позитивного общения, конгруэнтного поведения, анализа собственных нравственных ценностей и поступков, подготовки, корректировки выступления		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Модуль личностно-ориентированного совершенствования» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла блока Minor (Б1.В.ДВ.08.01; Б1.В.ДВ.09.01) дисциплин подготовки студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент» профиль «Управление персоналом».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6	Тайм-менеджмент Модуль педагогический Модуль предпринимательский Модуль педагогический	Модуль личностно-ориентированного совершенствования	Модуль педагогический Модуль информационно-технологический Модуль предпринимательский

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	Модуль информационно-технологический Модуль коммуникационный		Модуль коммуникационный Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-м и в 6-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	34,25
Самостоятельная работа	145,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Мысль и слово: основы риторической культуры	24,25	2	10	2	10	0,25		
Тема 2. Моральная культура личности в современном мире	24,25	2	10	2	10	0,25		
Тема 3. Эстетика на переломе культурных традиций	24,5	2	10	2	10	0,5		
Тема 4. Психология выбора и взаимоотношений	49,5	5	20	4	20	0,5		
Тема 5. Тренинг личностного роста и профессионального успеха	56,5	5	20	6	25	0,5		
Итого	180	16	70	16	75	2	0,25	0,75
Контактная работа	34,25	16	-	16	-	2	0,25	-
Самостоятельная работа	145,75	-	70	-	75	-	-	0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Мысль и слово: основы риторической культуры	Курс сформирует навыки яркого, ясного и последовательного, красивого выражения собственного мнения. Владение риторической культурой и основами ораторской практики позволит не только самостоятельно подготавливать успешные выступления, защищать этические и эстетические ценности, весомо выразить позицию по вопросам практического характера, но и оценивать чужую речь. Инструменты для разбора и оценки публичных выступлений, звучащих в современном информационном пространстве. Актуальная риторическая практика раскрывает возможности быть профессиональным, точным и естественным, выступая с речами и общаясь со знакомыми и незнакомыми людьми. Девиз курса: Из хорошей мысли должно следовать совершенное слово! Тематика курса: Значение этических и эстетических ценностей для риторики.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Две риторические стратегии в культуре: критико-рационалистическая и антропологически-релятивистская. О воплощении ораторского замысла. Изобретение: что сказать. Расположение мыслей в речи: где сказать. Построение речи, структура выступления. Выбор уместных и эффективных аргументов: аргумент в действии. Полемическое красноречие (эристика): о теории и практике спора. Этические основы ведения спора. Дебаты по актуальным проблемам современности, отработка навыков ведения спора.
2.	Моральная культура личности в современном мире	Дискуссионный характер современной этики, связь с публичными сферами общества, потребность в профессиональных знаниях, ориентация на открытость, плюрализм различных точек зрения. Современные направления этики: деонтология, утилитаризм, этика добродетелей. Трактовка морального выбора и моральной ответственности в них
3.	Эстетика на переломе культурных традиций	Знание современных проблем эстетики позволяет составить целостное представление об основных тенденциях развития современного искусства и культуры в целом, дать философскую оценку такому важному элементу культуры, как эстетические ценности. В процессе изучения учащиеся должны получить представление об актуальных дискуссионных вопросах современной эстетики: Основные направления и темы в современной эстетической теории
4.	Психология выбора и взаимоотношений	Выбор: от чего он зависит и как его делают. Психология выбора. Пол, гендер, сексуальность и сексуальная культура. Мужчины и женщины: личностные различия, индивидуальные характеристики и социализация. Проблема формирования гендерных ролей и стереотипов. Психологическая динамика отношений Основные понятия и проблемы психологии семьи и семейной психотерапии. Проблемные зоны в психологии семьи и системный подход к её диагностике. Принципы и методы семейной психотерапии.
5.	Тренинг личностного роста и профессионального успеха	Тренировка самопрезентации. Формирование и развитие «Я-образа». Тренировка памяти, внимания и навыков саморегуляции. Тренировка навыков общения. Средства создания атмосферы безопасности и доверия. Основные аспекты эффективной беседы. Виды слушания и принципы их применение

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
1.	Мысль и слово: основы риторической культуры	Две риторические стратегии в культуре: критико-рационалистическая и антропологически-релятивистская. О воплощении ораторского замысла. Изобретение: что сказать. Расположение мыслей в речи: где сказать. Построение речи, структура выступления. Выбор уместных и эффективных аргументов: аргумент в действии. Полемическое красноречие (эристика): о теории и практике спора. Этические основы ведения спора. Дебаты по актуальным проблемам современности, отработка навыков ведения спора.
2.	Моральная культура личности в современном мире	Понятие моральной культуры личности. Проблемы прикладной этики. Экологическая этика («нравственно-понимающее» отношение к природе, новое экологическое мышление, инвайронментализм). Биомедицинская этика (принципы биоэтики, типы взаимоотношений врача и пациента, этика биомедицинских исследований)
3.	Эстетика на переломе культурных традиций	Развитие техники репродуцирования и трансформация условий человеческого восприятия. Влияние средств массовой информации и техники репродуцирования на «производство» и «потребление» в эстетической сфере. Функция искусства в эпоху научно-технической революции. Художественные и эстетические цели

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
		искусства во взаимодействии с общекультурными и общесоциальными функциями. Роль искусства в обществе. Проблемы эстетического вкуса и эстетического идеала. Соотношение рационального и иррационального, интеллектуального и эмоционального в художественном творчестве. Новые эстетические категории: абсурд, лабиринт, симулякр, жестокость, безобразия
4.	Психология выбора и взаимоотношений	Социально-психологические компоненты сексуального поведения. Формирование сексуальности и сексуального поведения. Клиническая психология сексуальных расстройств у мужчин. Клиническая психология сексуальных расстройств у женщин. Сексуальные дисгармонии супружеской пары. Сексуальные расстройства связанные с нарушениями психики. Профилактика сексуальных нарушений
5.	Тренинг личностного роста и профессионального успеха	Поведение в конфликте. Конструктивное разрешение конфликтов. Медиация. Особенности общения с агрессивным клиентом. Психология здоровья и телесности. Апатия, депрессия и тревога – как они появляются и как с ними справляться. Средства саморегуляции эмоциональных состояний. Обратная связь в общении (критика, одобрение). Определение понятия «психосоматика», место психосоматических расстройств в современных классификациях. Основные концепции происхождения психосоматических расстройств. Образ тела и нарушения пищевого поведения

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Мысль и слово: основы риторической культуры	1. Отработка техники речи 2. Логическая аргументация в речах 3. Украшение речи, придание стиля речи 4. Риторика диалога, спор, дебаты
2.	Моральная культура личности в современном мире	1. Современные биомедицинские технологии. 2. Моральные аспекты использования атомной энергии. 3. Дискуссии о наказании в современной этике и юриспруденции.
3.	Эстетика на переломе культурных традиций	1. Основные характеристики проблемы неклассической эстетики 2. Особенности искусства в эпоху его технической воспроизводимости 3. Основные тенденции в искусстве первой половины 20 века
4.	Психология выбора и взаимоотношений	1. Клиническая психология сексуальных расстройств у мужчин. 2. Клиническая психология сексуальных расстройств у женщин. 3. Сексуальные дисгармонии супружеской пары. Сексуальные расстройства, связанные с нарушениями психики. Профилактика сексуальных нарушений
5.	Тренинг личностного роста и профессионального успеха	1. Тенденции и направления исследований в современной психологии. 2. Роль психологических знаний в жизни человека в постоянно меняющемся мире. 3. Возможности личностного становления и самореализации в современном обществе. 4. Психологические аспекты оптимального построения профессиональной карьеры. 5. Социальная компетентность как психологический феномен.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;

- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	итоговый контроль по дисциплине	
Тема 1. Мысль и слово: основы риторической культуры	УК-6	Подготовка хрии		устно; электронно (портал БРС)
Тема 2. Моральная культура личности в современном мире	УК-6	Собеседование		устно; электронно (портал БРС)
Тема 3. Эстетика на переломе культурных традиций	УК-6	Проверка конспектов, круглый стол, эссе		устно; электронно (портал БРС)
Тема 4. Психология выбора и взаимоотношений	УК-6	Активность на занятиях. Участие во фронтально-коллективной и групповой формах работы.		устно; электронно (портал БРС)
Тема 5. Тренинг личностного роста и профессионального успеха	УК-6	Устные ответы, участие в дискуссии, письменные работы		устно; электронно (портал БРС)
	УК-6		Зачет	устно; электронно (портал БРС)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Данными компетенциями студенты овладевают на лекциях (информационно-аналитический компонент формирования компетенций), на практических занятиях (семинарах), а также в ходе выполнения заданий по самостоятельной работе (деятельностный компонент формирования компетенций).

1-й этап – темы 1-3. На лекциях студенты должны усвоить основы теоретических представлений о риторике, этике и эстетике. На занятиях семинарского типа и в ходе самостоятельной работы студенты должны углубить приобретенные на лекциях теоретические знания, а также сформировать умения и навыки риторической культуры и морального анализа собственной личности, уяснить специфику перелома эстетических традиций. Оценка компетенций осуществляется в ходе опроса и дебатов на практических занятиях и при проверке письменных заданий, выполненных во время самостоятельной работы.

2-й этап – темы 4-5: Во время всех форм занятий студенты овладевают комплексом представлений о целостности и связи фундаментального и прикладного компонентов базовых психологических знаний, комплексом социально-психологических знаний о процессуально-структурных компонентах выбора; о факторах, способствующих или мешающих сделать выбор (принятию эффективного решения); об основных механизмах и закономерностях межличностного общения; о конструктивном поведении в конфликте. На практических занятиях студенты вырабатывают умения и навыки учебной деятельности как индивидуально, так и в малых группах при ведении учебных дискуссий; демонстрируют умения анализа межличностных отношений и их особенностей с позиции конструктивности/деструктивности по заданной теме в рамках дисциплины «Психология выбора и межличностных отношений». Оценки уровня обученности по учебной дисциплине осуществляется на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого принимается наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Шкала оценивания компетенций

1-й этап

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
<p>Допущены существенные ошибки в знании теоретического материала, в оперировании понятиями. Сформированность знаний, умений, навыков не показана. Существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.</p>	<p>Обучаемый проявляет определенную самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий. Демонстрирует знание основной литературы, основного учебно-программного материала, владение базовым категориальным аппаратом. Выполнено не менее 50% предусмотренных программой заданий.</p>	<p>Студент демонстрирует самостоятельное применение знаний, умений и навыков при выполнении заданий. Демонстрирует знание основной и частично дополнительной литературы, основных подходов. Выполнено 70% - 85% предусмотренных программой заданий.</p>	<p>Обучаемый способен к полной самостоятельности в выборе способа решения заданий в рамках учебной дисциплины. Демонстрирует знание основной и дополнительной литературы, основных подходов. Выполнено более 85% предусмотренных программой заданий.</p>

2-й этап

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>У студента не сформированы все компетенции или не сформирована одна компетенция</p>	<p>Сформировано не менее 50% знаний, умений и навыков по дисциплине на пороговом (низком) уровне</p>	<p>Обучающийся должен продемонстрировать наличие не менее 75% сформированных знаний, умений и навыков, из которых не менее 1/3 оценены отметкой «хорошо».</p>	<p>Оценка может быть выставлена при наличии сформированных компетенций у обучающегося, выполнены требования к получению оценки «хорошо» и освоены на «отлично» не менее 50% знаний, умений и навыков по дисциплине</p>

Критерии определения сформированности компетенций на итоговой аттестации по дисциплине

Название (содержание) формируемой компетенции	Характеристика уровня сформированности компетенции		
	Пороговый (низкий) уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	- определяет цели и задачи развития собственной личности, повышения квалификации и мастерства; - выявляет и фиксирует условия, необходимые для развития собственной личности, повышения квалификации и мастерства; - решает на практике конкретные задачи развития собственной личности, повышения квалификации и мастерства.	- создает необходимые условия для развития собственной личности, повышения квалификации и мастерства; - анализирует и сопоставляет результаты решения практических задач с поставленной целью развития собственной личности, повышения квалификации и мастерства.	- объективно оценивает уровень развития собственной личности; - вырабатывает мотивацию на дальнейшее повышение профессиональной квалификации и мастерства.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Комплекс тестовых заданий

Текст вопроса	Варианты ответов
Что такое хрия?	Окончание речи
	Риторический аргумент
	Краткое риторическое сочинение, имеющее определенную структуру
	Выразительное чтение ораторского отрывка
Какое этимологическое значение	Искусство спора

имел термин «риторика» в древнегреческом языке?	Теория красноречия
	Изучение языка
	Убедительное слово
Какое из приведенных определений риторики является наиболее точным?	Это теория, систематизирующая способы убеждения и виды их выражения в речи
	Это теория общения
	Это способность склонить адресата к желаемому действию
	Это филологическая дисциплина, изучающая стили речи
Убеждение в рамках риторики можно определить как:	Мысль, которая представляется субъекту истинной, в которую он верит и которая может служить основанием для его действий
	Процесс навязывания собственного мнения некоторому адресату
	Правильное умозаключение о предмете речи
	Завершающий этап всякого ораторского воздействия
Какая из перечисленных характеристик наиболее точно отражает содержание понятия «способ убеждения»?	Это позиция оратора по отношению к публике, которую можно оценить как уместную
	Это адекватный тип речевой реакции в случае несогласия с предлагаемой позицией
	Это прием эмоционального воздействия на адресата аргументации
	Это прием, который позволяет делать некоторые мысли приемлемыми для самого себя или другого человека
Следует ли повторять главный тезис на протяжении выступления?	нет, повторы в речи придают ей тавтологический характер
	да, следует напоминать слушателям
В каком смысле можно согласиться с утверждением Цицерона: «Поэтами рождаются, ораторами становятся»?	Оратором беспрепятственно может стать каждый
	Ораторская стезя – престижное занятие, сулящее большие выгоды, престижная и потому - труднодостижимая, требующая покровительства
	Оратор – это профессия
	Ораторское искусство требует большого труда, выучки, практики
Кто из представленных мыслителей является основоположником науки риторики?	Тисий
	Цицерон
	Аристотель
	Демосфен
Чем определяется уместность обращения?	Главным тезисом
	Эмоциональностью оратора
	Расположением публики
	Целью речи

Главный тезис речи – это	Главная мысль риторического произведения
	Суждение, некоторое утверждение о предмете речи, доказательство которого ведет к достижению цели речи
	Состояние умов, которого хочет добиться оратор
	Цель выступления
Кто из представителей неклассической эстетики провозгласил наступление «эстетического века»?	С. Кьеркегор
	Ф. Ницше
	А. Шопенгауэр
	Х. Ортега-и-Гассет
Кто из представителей эстетики 20 века в качестве главной характеристики современного искусства называет его	Х. Ортега-и-Гассет
	Р. Барт
	Г.Г. Гадамер
	В. Беньямин

дегуманизацию?	
Кто из представителей эстетики 20 века в качестве главной характеристики современного искусства называет его техническую воспроизводимость?	Х. Ортега-и-Гассет
	Р. Барг
	Г.Г. Гадамер
	В. Беньямин
Один из важнейших принципов искусства постмодернизма это	Идеализация
	Реализм
	Цитатность
	Последовательность
Вид акции, совершающийся или в специальных помещениях, или на открытом воздухе на специальных площадках по заранее разработанному сценарию называется	Хэппенинг
	Энвайронмент
	Инсталляция
	Перформанс
Какая характеристика искусства в эстетике постмодернизма считалась неотъемлемой?	Содержательность
	Воспитательная функция
	Неутилитарность
	Воплощение прекрасного
Кто из философов-постмодернистов ввел термин «симулякр»?	Ж. Бодрийяр
	М. Фуко
	Ж.-Ф. Лиотар
	Ж. Делёз
Выделите основные категории эстетики XX века	Прекрасное
	Абсурд
	Ирония
	Возвышенное
	Трагическое
	Игра
Ценность человеческой жизни в традиционной христианской нравственности определяется	социальным положением
	психической и физической полноценностью
	финансовой состоятельностью
	уникальностью и неповторимостью личности
Что означает понятие «мораль» в этике Канта?	этикетные нормы.
	правила поведения в общественных местах.
	свод всеобщих правил, принципов и норм поведения
	понятие, равнозначное понятию «Этика».
Категорический императив есть	ответная реакция
	безусловное требование
	осознание вины и допущение наказания за нее
	покорность судьбе
«Должное» морали - это	идеальная сторона морали
	вся совокупность мотивов и поступков человечества
	конкретное состояние нравственности в обществе

«Сущее» морали - это	идеальная сторона морали вся совокупность мотивов и поступков человечества конкретное состояние нравственности в обществе
Мораль поддерживается в обществе	путем экономических стимулов голосом совести общественными институтами принуждением со стороны государства
Определяющим регулятором решения сложных этических проблем в профессиональной деятельности является	международное право принципы профессиональной этики экономических интересов благополучия индивидуальной карьеры
Генетический скрининг и позитивная евгеника — это	благо для человека зло для человека допустимо в практике недопустимо, так как может привести к моральным конфликтам и нарушению прав личности
Генетический скрининг и негативная евгеника	благо для человека, так как может избавить индивидуума и общество от генетических болезней зло для человека, так как допускает возможность манипуляции личностными качествами человека запрещены из-за позиции церкви разрешены и используются в практике ряда стран мира
Использование перинатальной диагностики в евгенических целях в биомедицинской этике	признается осуждается является нейтрально, полагаясь на собственное мнение человека
С выбором всегда связаны ...	Удача и драйв Планирование и тревога Свобода и общение Расчет и ответственность
Адекватному выбору мешают ...	Стереотипы выбирающего Страхи окружающих Реальные или воображаемые ограничения свободы и миссии Все перечисленное
Снижения верности выбора способствуют выражения ...	«Делай правильно» «Ты опять ошибся» «Как тебе не стыдно» Все перечисленное
«Суперкачествами» считаются	Плановость, целеустремленность и настойчивость Коммуникабельность, свобода и активность Творческое мышление, воображение и нестандартность Ничего из перечисленного
Большинство отличий в поведении и мышлении людей связаны с ...	Наследственностью Национальностью Воспитанием Все верно

Индивидуальные особенности человека это ...	Препятствие к общению
	Потенциал для совместной активности
	Цель жизни
	Предмет гордости
Психофизиологическая реакция психики, выражающаяся в неадекватном преувеличении значения одного человека, по сравнению с другими	Невроз
	Любовь
	Влюбленность
	Зависть
С возрастом у любого человека ...	Снижается уровень любви
	Изменяется структура любви
	Повышается потребность в общении
	Стабилизируется потребность в одиночестве
Общение, направленное на извлечение выгоды от собеседника с использованием разных приемов (лесть, запугивание, «пускание пыли в глаза», обман, демонстрация доброты) – это ... общение	Деловое
	Манипулятивное
	Светское
	Формально-ролевое
Возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого – это ...	Аттракция
	Аффилиация
	Гипноз
	Трансакция
Приписывание сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы или общности – это ...	Самоактуализация
	Самореализация
	Стереотипизация
	Обобщение
Постижение эмоциональных состояний другого человека, сопереживание при общении – это ...	Экзальтация
	Эмпатия
	Эмоция
	Интроверсия
На формирование аттракции оказывают наибольшее влияние:	«Помогающее поведение»
	Сходство характеристик общающихся
	Сходство ситуации, в которой находятся партнеры
	Верны все варианты ответов
Осознанное внешнее согласие с группой при внутреннем расхождении с ее позицией – это ...	Психическое заражение
	Конформность
	Убеждение
	Подражание
Передача эмоционального состояния человеку или группе помимо собственно смыслового воздействия – это ...	Психическое заражение
	Психическое заражение
	Подражание
	Эмпатия
С течением времени функции семьи	Изменяются
	Остаются ригидными
	Стабилизируются
	Упрощаются

Подлинное и полное равноправие жены и мужа	Бикарьерная семья
	Эгалитарная семья
	Неопатриархальная семья
	Нуклеарная семья
Свойство высокоорганизованной живой материи, заключающееся в активном отражении субъектом объективного мира, в построении субъектом неотчуждаемой от него картины этого мира и регуляции на этой основе поведения и деятельности - это...	Пластичность
	Гибкость
	Психика
	Личность
Направленность, темперамент, способности, характер — это...	Психические состояния
	Психические свойства
	Познавательные процессы
	Врожденные черты
Совокупность способностей, определяющая успешность социального взаимодействия, включающая в себя способность понимать поведение другого человека, своё собственное поведение, а также способность действовать сообразно ситуации – это...	Находчивость
	Смекалка
	Врожденное свойство
	Социальный интеллект
Самой эффективной стратегией в жизни, личном и профессиональном взаимодействии и разрешении конфликтов является...	Конкуренция
	Избегание
	Уступка
	Сотрудничество
Альтернативное урегулирование споров с участием третьей нейтральной, беспристрастной, не заинтересованной в данном конфликте стороны — это...	Третейский суд
	Ссора
	Медиация
	Арбитраж
Основное условие возможности проведения медиации при урегулировании споров - ...	Платежеспособность обеих сторон
	Желание обеих сторон сохранить отношения
	Постановление суда
	Отсутствие альтернативы
Способность человека распознавать эмоции, понимать намерения, мотивацию и желания других людей и свои собственные, а также способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей в целях решения практических задач - ...	Мышление
	Практический навык
	Эмоциональный интеллект
	Абстрактный интеллект

6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля является *зачет*. По итогам зачета выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено». Зачет по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Зачет может выставляться по результатам аттестации всех блоков модуля или по вопросам для зачета. Форма проведения зачета должна быть доведена до студентов.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Вопросы к зачету:

1. Предмет риторики. Риторика и ораторское искусство.
2. Структура речи. Вступление.
3. Структура речи. Главная часть.
4. Структура речи. Заключение.
5. Рекомендуемые способы борьбы со страхом и волнением. Способы устранения помех при выступлении.
6. Неклассическая эстетика: основные характеристики, представители, проблемы.
7. Тенденции художественного творчества первой половины XX века
8. Особенности искусства в эпоху технической воспроизводимости.
9. Художественные и эстетические цели искусства XX – XXI века во взаимодействии с общекультурными и общесоциальными функциями. Роль искусства в обществе.
10. Новые эстетические категории XX – XXI века: абсурд, лабиринт, симулякр, жестокость, безобразное, интертекст. Соотношение рационального и иррационального, интеллектуального и эмоционального в художественном творчестве.
11. Эвдемонизм и деонтология как основные направления в этике.
12. Понятие прикладной этики и специфика ее проблем.
13. Современные биомедицинские технологии и их моральные оценки.
14. Моральные аспекты использования атомной энергии.
15. Дискуссии наказания в современной этике и юриспруденции.
16. Мой мир и его границы: кто их определяет?
17. Кто управляет моей жизнью?
18. Индивидуум и общество: чем другие могут помочь?

19. Другой: плохой или хороший: как его использовать?
20. Семья в России и в Евросоюзе: почему семья изменяется?
21. Конфликт: причина или следствие?
22. Стратегии поведения в конфликте: какую стратегию выбираю я?
23. Виды межличностных отношений: я выбираю – нас выбирают...
24. Гендерные различия: современная ситуация.
25. Мой идеальный партнер.
26. Психологическое знание в структуре современных наук и жизни человека.
27. Личность как один из уровней изучения человека в психологии.
28. Общение как особый вид деятельности.
29. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
30. Психологические аспекты успешности саморазвития и самореализации человека.

Критерии оценивания знаний студента на зачете

Баллы (рейтинговая оценка)	Оценка	Требования к знаниям
Не менее 85% от максимальной суммы баллов	«ЗАЧТЕНО»	а) сумма баллов по тестовым заданиям не должна быть менее 50%; б) в ходе собеседования студент должен продемонстрировать: хорошее знание основной и дополнительной литературы, основных подходов и методов анализа; в) студент подготовил конспекты текстов для самостоятельной работы, работал на практических занятиях, принимал участие в круглом столе по проблеме критериев искусства.
Менее 50% суммы баллов от максимально возможной	«НЕ ЗАЧТЕНО»	а) студент набрал по результатам тестирования менее 50% суммы баллов от максимально возможной; б) показал плохие знания по основным вопросам содержания курса; в) не подготовил конспекты текстов для самостоятельной работы, не работал на практических занятиях, не принимал участие в круглом столе.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Контроль над процессом обучения является непрерывным и многоаспектным. Используются средства контроля качества обученности различных уровней: диагностирующие, текущие, рубежные (промежуточная аттестация).

Диагностирующие средства имеют целью определение начального уровня знаний, умений и навыков, на базе которых формируются компетенции дисциплины. Сформированный уровень знаний студентов определяется на основе индивидуального устного собеседования. На основе входящего контроля корректируются учебно-

методические материалы, методы организации аудиторной и самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения студентов в изучении дисциплины и диагностировать затруднения в изучении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы текущего контроля - тесты, контрольные работы, мониторинг результатов семинарских занятий. Планирование текущего контроля неразрывно связано с планированием аудиторной и самостоятельной работы студентов и играет важную роль в обеспечении компетентностной направленности обучения. Результаты самостоятельной работы студентов проверяются в ходе тестирования, устных собеседований.

Рубежная аттестация обучающихся проводится преподавателем в целях подведения промежуточных итогов текущей успеваемости студентов, анализа состояния учебной работы, выявления неуспевающих и ликвидации задолженностей. К рубежному контролю относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся по результатам проведения рубежного контроля уровня усвоения знаний (с помощью тестирования).

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. К форме контроля по дисциплине относится зачет.

Все виды текущего и рубежного контроля осуществляются на практических занятиях. Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих компонентах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка преподавателем, самооценка студента, оценка по результатам обсуждения в группе.
3. Единство используемой технологии для всех студентов, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос	Устный опрос по основным терминам может проводиться в начале/конце лекционного или семинарского занятия в течение 15-20 мин. Либо устный опрос проводится в течение всего семинарского занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо у доски.	Вопросы по темам практических занятий
2	Тест	Проводится на семинарских занятиях или	Фонд тестовых

		вне аудитории. Позволяет оценить уровень знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется дистанционно на университетском портале тестирования или на образовательной платформе Moodle. Количество вопросов в каждом варианте определяется преподавателем. Отведенное время на подготовку определяет преподаватель.	заданий на университетском портале тестирования и на образовательной платформе Moodle
3	Зачет	Проводятся в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента.	Комплект вопросов к зачету, работа на практических занятиях.

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гуревич, П. С.

Этика [Электронный ресурс]: учеб. для бакалавров/ П. С. Гуревич. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 516 с..

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

2. Риторика [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ [В. А. Ефремов [и др.] ; под общ. ред. В. Д. Черняк; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена . - Москва: Юрайт, 2019.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Собольников, В. В.

Этика и психология делового общения [Электронный ресурс]: учеб. пособие для сред. проф. образования/ В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под ред. В. В. Собольникова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2018.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

Кучуради, И.

Этика [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для вузов/ И. Кучуради ; [пер. с тур. В. А. Аваткова]. - Москва: Юрайт, 2018.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

Хоменко, И. В.

Логика. Теория и практика аргументации [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата/ И. В. Хоменко. - 3-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019.

Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments: ЭБСЮрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Аронсон, Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме: энциклопедия/ Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: Нева; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. - 558 с.
2. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений/ Е. П. Ильин. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2009. - 573 с.
3. Минюрова, С. А. Психология самопознания и саморазвития: учебник / С. А. Минюрова. - Москва: Флинта; Москва: Наука, 2016. - 474 с.
4. Никитина И.П. Эстетика. М., 2012.
5. Александров, Д. Н. Риторика: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Н. Александров. - М.: Флинта: Наука, 2002. - 623 с.
6. Александров, Д.Н. Логика. Риторика. Этика: учеб. пособие/ Д. Н. Александров. - М.: Флинта: Наука, 2003. - 165 с.
7. Александров, Д.Н. Риторика или Русское красноречие: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Н. Александров. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 351 с.
8. Аннушкин, В. И. Риторика. Вводный курс [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ В. И. Аннушкин. - 5-е изд., стер.. - Москва: Флинта, 2015. -
9. Берн, Ш. Гендерная психология: пер. с англ./ Ш. Берн ; пер. Л. Царук, пер. М. Моисеев, пер. О. Боголюбова, пер. С. Рысев. - 2-е изд., междунар.. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: Нева; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. - 318 с.: ил.. - (Секреты психологии). - Библиогр.: с.306-318. - ISBN 0-07-009182-X. - ISBN 5-93878-019-5: 140.00 р.
10. Бычков В. В. Эстетика. М.: Акад. Проект: Фонд " Мир", 2011.
11. Бычков В. В. Эстетическая аура бытия. Современная эстетика как наука и философия искусства. М.: МБА, 2010.
12. Вансовская, Л.И. Практикум по технике речи:(Фонационный тренинг): Учеб.пособие/ Л.И. Вансовская; СПб.гос.ун-т. - 2-е изд.,испр.и доп.. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 2001. - 124 с.
13. Васильев, Ю. А. Сценическая речь: движение во времени: учеб. пособие для студентов вузов/ Ю. А. Васильев; С.-Петербур. гос. акад. театрального искусства. - СПб.: СПбГАТИ, 2010. - 318 с.
14. Введение в биоэтику: учеб. пособие/ А. Я. Иванюшкин, В. Н. Игнатъев, Р. В. Коротких [и др.]. - Москва: Прогресс-Традиция, 1998. - 381, [3] с. - Библиогр.: с. 381 (22 назв.). - ISBN 5-89826-006-4
15. Введенская, Л. А. Риторика и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов/ Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 10-е изд.. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. - 538 с.
16. Вердербер, Р. Психология общения. / Рудольф Вердербер, Кэтлин Вердербер ; [пер. И. Андреева [и др.]]. - 11-е междунар. изд.. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. - 318 с.: ил., портр., табл.. - (Главный учебник). - Библиогр.: с. 317-318. - ISBN 5-93878-085-3. - ISBN 0-534-56116-0: 225.90, 225.90, р.
17. Волков, А. А. Теория риторической аргументации/ А. А. Волков. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. - 396 с.
18. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.
19. Гендер: язык, культура, коммуникация: Материалы третьей междунар. конф. Москва, 27-28 ноября 2003/ Моск.гос.лингвистич.ун-т. - М., 2003. - 126 с. - 27.00= р.
20. Горте, М. А. Фигуры речи: [200 стилистич. и риторич. приемов] : термин. словарь/

- М. А. Горте. - М.: ЭНАС, 2007. - 207 с.
21. Гусейнов, А. А. Этика: учебник для студ. вузов/ А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян ; Ин-т "Открытое общество". - Москва: Гардарика, 1998. - 470 с. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце тем. - ISBN 5-7762-0043-1
 22. Дедюлина М.А. Современная эстетика. Учебное пособие. Таганрог, 2007. (библиотека преподавателя)
 23. Ивин, А. А. Логика. Теория и практика [Electronicresource]: учеб. пособие для бакалавров/ А. А. Ивин; РАН, Ин-т философии. - 4-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2014. - 387 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце гл.. - Лицензия до 28.03.2019 г..
 24. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений/ Е. П. Ильин. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 573 с.: ил., табл.. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 540-573 (477 назв.). - ISBN 978-5-459-01005-3: 327.00, 327.00, р.
 25. Калинина, Р. Р. Введение в психологию семейных отношений/ Р. Р. Калинина. - СПб.: Речь, 2008. - 350 с.: ил., табл.. - (Современный учебник). - Библиогр. в тексте. - ISBN 5-9268-0734-4: 204.00, 204.00, р.
 26. Клюев, Е. В. Риторика: инвенция. Диспозиция. Элокуция.: Учеб. пособие для вузов/ Е. В. Клюев. - М.: ПРИОР, 1999. - 270 с.
 27. Кондакова, Ю. В. Устная публичная речь: учеб. пособие/ Ю. В. Кондакова; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. -
 28. Коньо Ж. Искусство против масс. Эстетика и идеология модернизма. М.: Голос, 2013.
 29. Корягина, Н.А. Психология общения [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для акад. бакалавриата/ Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 439, [1] с.: табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 437-440 (57 назв.) и в подстроч. примеч.. - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-4214-9: 16753.23, р.
 30. Кулагина, И. Ю. Психология развития и возрастная психология. Полный жизненный цикл развития человека: учеб. пособие для вузов / И. Ю. Кулагина, В. Н. Колюцкий. - Москва: Акад. Проект, 2015. - 419, [1] с.: ил., табл..
 31. Лебедев В. Ю. Эстетика: учеб. для бакалавров. М.: Юрайт, 2012.
 32. Мальханова, И. А. Коммуникативный тренинг: учеб. пособие/ И. А. Мальханова. - М.: Акад. Проект, 2006. - 159 с.
 33. Мельниченко, Р. Г. Медиация: учеб. пособие для бакалавров/ Р. Г. Мельниченко. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 190, [1] с.
 34. Назаров, В. Н. Прикладная этика: учебник/ В. Н. Назаров. - М.: Гардарики, 2005. - 302 с. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-8297-0242-8
 35. Ортега-и-Гассет. Эстетика. Философия культуры. М., 1991.
 36. Петров, О. В. Риторика [Электронный ресурс]: учебник/ О. В. Петров; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. акад.. - Москва: Проспект, 2015. - 1 on-line, 424 с.: табл.. - Лицензия до 13.03.2018.
 37. Петров, О. В. Риторика: учебник/ О. В. Петров. - Москва: Проспект, 2016. - 423 с.
 38. Петрова, А. Н. Искусство речи/ А. Н. Петрова. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 124,
 39. Приходько, В. К. Выразительные средства языка: учеб. пособие для студентов

- вузов/ В. К. Приходько. - М.: Академия, 2008. - 255 с.
40. Психология неопределенности: единство интеллектуально-личностного потенциала человека/ Т. В. Корнилова [и др.]. - М.: Смысл, 2010. - 334 с.: табл.. - Библиогр.: с.292-310. - ISBN 978-5-89357-293-3: 195.00, 195.00, р.
 41. Психология выбора/ Д. А. Леонтьев [и др.]; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". - Москва: Смысл, 2015. - 463 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 434-463. - ISBN 978-5-89357-353-4: 270.00, 270.00, р. Имеются экземпляры в отделах: НА(1) Свободны: НА(1)
 42. Сексология : История, теория и методы сексологии. Пол, гендер и полоролевые стереотипы. Сексуальная ориентация. Любовь и секс. Сексуальность и культура. Половое воспитание: хрестоматия/ Пер.с англ. Н.О.Мальгиной. - СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. - 498 с.
 43. Силуянова, И. В. Биомедицинская этика [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для вузов/ И. В. Силуянова. - Москва: Юрайт, 2018. - 1 on-line, 313 с.. - (Специалист). - Лицензия до 31.12.2018. - ISBN 978-5-534-06472
 44. Собчик, Л.Н. Психология индивидуальности. Теория и практика психодиагностики/ Людмила Собчик. - СПб.: Речь, 2008. - 622 с.: ил.. - (Мэтры мировой психологии). - Библиогр.: с.620-622(84 назв.). - ISBN 5-9268-0195-8: 350.00, 350.00, р.
 45. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие/ И. А. Стернин; И. А. Стернин. - 3-е изд., испр. . - М.: Академия, 2006. - 269,[3] с.
 46. Топф, К. Искусство непринужденной беседы/ Корнелия Топф ; [пер. с нем. И. Ю. Облачко]. - 3-е изд., стер.. - М.: SmartBook, 2011. - 138 с
 47. Ушаков, Е. В. Биоэтика: учеб. и практикум для вузов/ Е. В. Ушаков; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва: Юрайт, 2016. - 304, [2] с.: ил., табл.. - (Специалист). - Библиогр.: с. 306 (18 назв.). - ISBN 978-5-9916-6142-3
 48. Хьелл, Л. А. Теория личности. Основные положения, исследования и применение: учеб. пособие для вузов/ Л. А. Хьелл, Д. Д. Зиглер. - 3-е изд.. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2016. - 606 с.: ил., табл..
 49. Шейнов, В. П. Поссорься со мной, если сможешь. Психология бесконфликтного общения / В. П. Шейнов. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2016. - 220 с.: ил..
 50. Щукина, М. А. Психология саморазвития личности: [монография] / М. А. Щукина; С.-Петерб. гос. ун-т. - Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2015. - 346 с.: табл..
 51. Эстетика и теория искусства XX века: хрестоматия, отв. ред.: Н. А. Хренов, А. С. Мигунов. - М.: Прогресс-Традиция, 2007.
 52. Эстетика на переломе культурных традиций/ РАН, Ин-т философии; отв. ред. Н. Б. Маньковская. М.: ИФРАН, 2002.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В учебном плане по дисциплине «Модуль личностно-ориентированного совершенствования» значительное место отводится самостоятельной работе студентов. Основное содержание самостоятельной работы касается освоения теоретических основ курса для выработки навыков самостоятельного исследования источников, касающихся тематики дисциплины. Для текущего контроля самостоятельной работы проводится тестирование.

Работа студентов во время *аудиторных занятий* разделяется на два вида: конспектирование лекций и практические занятия.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих правил: а) записывать материал, выслушав мысль лектора до конца; б) в конспекте выделять отдельные части –необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой; в) выделение можно делать подчеркиванием или другим цветом; г) использовать условные обозначения, сигнальные знаки, аббревиатуры, собственную систему сокращений; д) не фиксировать материал дословно, передавать только главную мысль лектора; е) для непонятных терминов – оставить место для последующего уточнения значения у преподавателя.

Чтобы *работа на практическом занятии* была успешной, необходима тщательная подготовка к нему – основательная проработка темы, отличное знание материала, анализ инструментария. Практические занятия – вид учебных занятий, ориентированный на практическое усвоение материала с помощью приборов, инструментов, технических средств обучения, компьютеров и другого специального оборудования.

Обучающая функция практических занятий заключается в освоении обучающимся практических навыков, позволяющих решать прикладные задачи из будущей профессиональной деятельности. Развивающая функция практических занятий реализуется через ориентацию обучающегося на самостоятельное решение отдельных проблем из будущей профессиональной деятельности с помощью специальных знаний и инструментов. Воспитательная функция практических занятий заключена в тесном контакте преподавателя с каждым обучающимся, позволяющем максимально эффективно воздействовать на мировоззрение обучающегося, на формирование у обучающихся навыков культуры общения и чувства корпоративной этики. Организующая функция практических занятий предусматривает управление самостоятельной работой обучающихся, как в процессе практических занятий, так и после них. В ходе практических занятий осваиваются запланированные преподавателем задания, которые создают базис для дальнейшей самостоятельной работы обучающихся, для формирования навыков исследовательской работы, для генерации новых знаний через использование различных информационных ресурсов.

Практические занятия проводятся по подгруппам в компьютерных классах. Цель практических занятий по дисциплине заключается в установлении связей теории с практикой в форме экспериментального подтверждения положений теории; обучении умению выполнять поставленные задачи из предметной области, проведении контроля самостоятельной работы обучающихся по освоению курса; обучении навыкам профессиональной деятельности. Основными структурными элементами практических занятий являются:

- обсуждение преподавателем совместно с обучающимися темы занятий с пояснением ее взаимосвязи с будущей профессиональной деятельностью;
- освоение специфики работы с программными средствами, используемыми в профессиональной деятельности;
- консультации преподавателя во время занятий;
- обсуждение и оценка полученных результатов;
- письменный или устный отчет обучающихся о выполнении заданий;
- текущий контроль знаний.

Проведение практических занятий должно осуществляться в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом. Задания для практических занятий берутся из рекомендуемых в рабочей программе.

Методические рекомендации для проведения занятий семинарского типа

Тема 1. Мысль и слово: основы риторической культуры

Вопросы:

1. Речевая разминка: дыхание, дикция, голосоведение, темп, интонация.
2. На материале рассказа А.П. Чехова «Сильные ощущения» обсуждение проблемы: способно ли красноречие менять убеждения человека и от чего зависит успех или неуспех этого процесса? Привести аргумента «за» или «против».
3. Работа по орализации текста. Студенты работают по группам. Каждой группе предлагается текст, который нужно преобразовать в краткое устное выступление
4. Произнесение подготовленной хрии (мини-речь, позволяющую полностью доказать или объяснить тему) по приведенной схеме.

Литература:

Александров, Д. Н. Риторика: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Н. Александров. - М.: Флинта: Наука, 2002. - 623 с.

Александров, Д.Н. Логика. Риторика. Этика: учеб. пособие/ Д. Н. Александров. - М.: Флинта: Наука, 2003. - 165 с.

Александров, Д.Н. Риторика или Русское красноречие: учеб. пособие для студ. вузов/ Д. Н. Александров. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ЮНИТИ, 2003.

Аннушкин, В. И. Риторика. Вводный курс [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ В. И. Аннушкин. - 5-е изд., стер.. - Москва: Флинта, 2015.

Вансовская, Л.И. Практикум по технике речи:(Фонационный тренинг): Учеб.пособие/ Л.И. Вансовская; СПб.гос.ун-т. - 2-е изд.,испр.и доп.. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 2001. - 124 с.

Введенская, Л. А. Риторика и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов/ Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 10-е изд.. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. - 538,

Волков, А. А. Теория риторической аргументации/ А. А. Волков. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. - 396 с.

Горте, М. А. Фигуры речи: [200 стилистич. и риторич. приемов] : термин. словарь/ М. А. Горте. - М.: ЭНАС, 2007. - 207 с.

Ивин, А. А. Логика. Теория и практика [Electronicresource]: учеб. пособие для бакалавров/ А. А. Ивин; РАН, Ин-т философии. - 4-е изд., испр. и доп.. - Москва: Юрайт, 2014. - 387 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Бакалавр. Базовый курс).

Клюев, Е. В. Риторика: инвенция. Диспозиция. Элокуция.: Учеб. пособие для вузов/ Е. В. Клюев. - М.: ПРИОР, 1999. - 270 с.

Кондакова, Ю. В. Устная публичная речь: учеб. пособие/ Ю. В. Кондакова; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. - 167 с.

Петров, О. В. Риторика [Электронный ресурс]: учебник/ О. В. Петров; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. акад.. - Москва: Проспект, 2015.

Риторика [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ [В. А. Ефремов [и др.] ; под общ. ред. В. Д. Черняк; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена . - Москва: Юрайт, 2017. - 1 on-line, 430 с..

Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие/ И. А. Стернин; И. А. Стерин. - 3-е изд., испр. - М.: Академия, 2006. - 269, [3] с.

Рекомендации по подготовке к практическому занятию:

При подготовке к практическому занятию (вопрос 1) следует ознакомиться с предлагаемыми методическими материалами, стараться выполнять каждое из аудиторных заданий ясно, отчетливо, так, чтобы произносимые упражнения были разборчиво слышны в любой точке аудитории.

При работе над вопросом 3 плана: сделайте фразы более простыми, разговорными, замените специальные и книжные термины на разговорные слова, сделайте предложения более короткими, опустите ненужные детали и подробности, добавьте свои комментарии и оценки. Представляйте текст как рассказ, сопровождая его обращениями к аудитории и ссылками на личное отношение к излагаемым проблемам. Введите в текст ссылки на личный опыт, личные оценки.

При работе над 4 вопросом плана: тема выступления - на выбор студента. В качестве тезиса следует брать краткое простое суждение о предмете речи, которое требует обоснования (не является очевидным). Следует избегать выбора в качестве тезиса пословиц, крылатых выражений т.п. Хрию иметь в распечатанной форме, однако выступить в аудитории с минимальной опорой на текст. Разбор каждого выступления: плюсы и минусы записать. В конце занятия – рефлексия.

Тема 2. Моральная культура личности в современном мире

Вопросы:

1. Современные биомедицинские технологии.
2. Моральные аспекты использования атомной энергии.
3. Дискуссии о наказании в современной этике и юриспруденции.

Литература:

1. Введение в биоэтику: учеб. пособие/ А. Я. Иванюшкин, В. Н. Игнатъев, Р. В. Коротких [и др.]. - Москва: Прогресс-Традиция, 1998. - 381, [3] с.

2. Гуревич, П. С. Этика [Электронный ресурс]: учеб. для бакалавров/ П. С. Гуревич. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2016. - 1 on-line, 516 с.. - (Бакалавр. Углубленный курс)

3. Гусейнов, А. А. Этика: учебник для студ. вузов/ А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян ; Ин-т «Открытое общество». - Москва: Гардарика, 1998. - 470 с.

4. Назаров, В. Н. Прикладная этика: учебник/ В. Н. Назаров. - М.: Гардарики, 2005. - 302 с.

5. Силуянова, И. В. Биомедицинская этика [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для вузов/ И. В. Силуянова. - Москва: Юрайт, 2018.

6. Ушаков, Е. В. Биоэтика: учеб. и практикум для вузов/ Е. В. Ушаков; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва: Юрайт, 2016. - 304

Рекомендации по подготовке к практическому занятию:

Перед подготовкой к практическому занятию необходимо определиться с собственной моральной позицией относительно обсуждаемых дискуссионных проблем прикладной этики и сформулировать ее в виде тезисов. Затем, используя основную и дополнительную литературу, следует подобрать по три аргумента для подкрепления каждого тезиса, соответствующего своей собственной точке зрения. При этом желательно оценивать сильные и слабые стороны выбираемых аргументов, пытаться предвосхитить возражения оппонентов. Тезис и аргументы к нему рекомендуется записать в виде таблицы:

ТЕЗИС		
Аргумент 1	Аргумент 2	Аргумент 3

Тема 3. Эстетика на переломе культурных традиций

Вопросы:

1. Нонклассика: характеристика, проблемы, понятия.
2. Основные тенденции искусства XX века.
3. Проблема критериев искусства

Литература:

1. Бычков В. В. Эстетическая аура бытия. Современная эстетика как наука и философия искусства. М.: МБА, 2010.
2. Гадамер Г.-Г. Онемение картины // Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.
3. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М., 1991.
4. Дедюлина М.А. Современная эстетика. Учебное пособие. Таганрог, 2007. (библиотека преподавателя)

Вопросы для конспектирования:

- Гадамер Г.Г. Актуальность прекрасного. М., 1991. («Онемение картины»).

1. Онемение
2. В чем проявляется бессловесная жизнь?
3. Путь в живописи к онемению картины? Почему натюрморты можно считать первым шагом и почему это еще не в полной степени онемение?
4. Отличие современной живописи.
5. По какой причине в искусстве происходят изменения?
6. Что составляет композиционное единство современной картины?
7. Значение мимесиса.
8. Роль автора, художника в создании произведения искусства?

- Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М., 1991. («Дегуманизация искусства»).

1. Каково социальное влияние молодого искусства.

2. Искусство для всех?
3. Эстетическое наслаждение: ложное и подлинное.
4. Тенденции нового стиля в искусстве (охарактеризовать каждую).
5. Каков необходимый аспект произведений искусства?
6. Что общего в новых направлениях искусства?
 - новое эстетическое чувство
 - тенденция к дегуманизации искусства
7. Различия между «старым» и новым искусством
8. Проблема влияния прошлого на будущее в искусстве
9. Нетрансцендентность искусства.

Рекомендации по подготовке к практическому занятию:

Практическое занятие посвящено изучению и анализу неклассической эстетики, тенденций художественного творчества XX века. Семинарское занятие проводится в форме обсуждения текстов 2,3 и 4. Студенты при подготовке к занятию должны составить конспект и должны быть готовы к устным ответам на вопросы, продемонстрировав понимание основных тенденций неклассической эстетики и художественного творчества XX века. Студенты должны уметь дать общую характеристику рассматриваемых авторами проблем, привести примеры, иллюстрирующие рассматриваемые тенденции.

Обсуждение третьего вопроса плана проводится в форме круглого стола, когда каждый студент должен высказаться по проблеме критериев искусства. При подготовке к данному круглому столу обучающимся нужно сформулировать и обосновать 5 критериев искусства.

Тема 4. Психология выбора и взаимоотношений

Вопросы:

1. Общение и отношения.
2. Специфика межличностных отношений.
3. Основные параметры межличностных отношений.
4. Теории межличностных отношений.
5. Межличностная аттракция.
6. Развитие эмоциональных отношений.
7. Психологический анализ любви и дружбы.
8. Закономерности стабилизации эмоциональных отношений.
9. Закономерности распада эмоциональных отношений.
10. Социальные эмоции.
11. Коммуникативные характеристики межличностных отношений.
12. Этология пола.
13. Гендерные различия: проблемы и перспективы.
14. Особенности современной семьи.
15. Альтернативные формы брачно-семейных отношений в современном обществе.
16. Добрачный период отношений: общая характеристика.
17. Модели и мотивы выбора брачного партнера.
18. Факторы выбора брачного партнера, влияющие на успешность и проблемность брачного союза.
19. Формирование адекватных представлений юношей и девушек о браке. Проблема готовности к браку.
20. Психологическая совместимость и удовлетворенность браком.
21. Особенности семьи на различных этапах жизнедеятельности.

22. Нарушения жизнедеятельности семьи. Типы нарушений.
23. Кризисы семьи как нарушение семейной жизнедеятельности.
24. Семейные конфликты: специфика, причины, способы разрешения.
25. Особенности благополучных и неблагополучных семей.

Литература:

Основная:

Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений/ Е. П. Ильин. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2009. - 573 с.: ил., табл.. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 540-573 (1081 назв.). - ISBN 978-5-388-00425-3: 364.00, 364.00, р. Имеются экземпляры в отделах: НА(1)

Дополнительная:

1. Берн, Ш. Гендерная психология: пер. с англ./ Ш. Берн ; пер. Л. Царук, пер. М. Моисеев, пер. О. Боголюбова, пер. С. Рысев. - 2-е изд., междунар.. - СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: Нева; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. - 318 с.: ил.. - (Секреты психологии). - Библиогр.: с.306-318. - ISBN 0-07-009182-X. - ISBN 5-93878-019-5: 140.00 р. Имеются экземпляры в отделах: НА(1)

2. Гендер: язык, культура, коммуникация: Материалы третьей междунар. конф. Москва, 27-28 ноября 2003/ Моск. гос. лингвистич. ун-т. - М., 2003. - 126 с. - 27.00= р. Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N4(1)

3. Введение в психологию семейных отношений/ Р. Р. Калинина. - СПб.: Речь, 2008. - 350 с.: ил., табл.. - (Современный учебник). - Библиогр. в тексте. - ISBN 5-9268-0734-4: Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N2(1)

4. Психология неопределенности: единство интеллектуально-личностного потенциала человека/ Т. В. Корнилова [и др.]. - М.: Смысл, 2010. - 334 с.: табл.. - Библиогр.: с.292-310. - ISBN 978-5-89357-293-3: 195.00, 195.00, р. Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N2(1)

5. Сексология : История, теория и методы сексологии. Пол, гендер и полоролевыестереотипы. Сексуальная ориентация. Любовь и секс. Сексуальность и культура. Половое воспитание: хрестоматия/ Пер. с англ. Н.О. Мальгиной. - СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. - 498 с. - (Хрестоматия по психологии). - Библиогр.: с.497-498. - ISBN 5-272-00253-9: 70.79=; 58.00= р. всего 2: НА(1), ч.з. N2(1)

Рекомендации по подготовке к практическому занятию:

Работа слушателей предусматривает изучение, обобщение и анализ материалов по заранее обозначенным вопросам. Целью практической работы является овладение общими социально-психологическими знаниями, умениями, навыками и компетенциями в целом по дисциплине, закрепление и систематизация знаний и овладение опытом творческой, исследовательской деятельности. Форма отчета о выполненной работе предоставляется преподавателю в виде письменного эссе, устной групповой дискуссии по обозначенным темам, решения кейсов. Невыполнение практической работы дисциплине (до начала экзаменационной сессии) являются основанием для не допуска к итоговой аттестации.

Тема 5. Тренинг личностного роста и профессионального успеха

Вопросы:

1. Роль психологических знаний в жизни человека.
2. Современные психологические исследования на службе человечества.
3. Психологические аспекты построения профессиональной карьеры современного человека.
4. Роль и место человеческого капитала в современном обществе

5. Особенности коммуникации в современном мире (профессиональные и межличностные в целом)

Литература

1. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект: пер. с англ./ Дэниел Гоулман ; [пер. с англ. А. Исаевой]. - Москва: Сбербанк; Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 461, [1] с.
2. Даттон, К. Флипноз. Искусство мгновенного убеждения/ Кевин Даттон ; [пер. с англ. Н. Буравовой]. - Санкт-Петербург; Москва; Екатеринбург: Питер, 2017. - 407, [1] с.: ил..
3. Дуэк, К. Гибкое сознание. Новый взгляд на психологию развития взрослых и детей/ Кэрл Дуэк ; пер. с англ. Светланы Кировой. - [2-е изд.]. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 299, [1] с.
4. Знаков, В. В. Психология понимания мира человека / В. В. Знаков; РАН, Ин-т психологии. - Москва: Ин-т психологии РАН, 2016. - 488 с.: табл..
5. Зуб, А. Т. Психология управления: учеб. и практикум для акад. бакалавриата / А. Т. Зуб; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2015. - 371, [2] с.: табл., схем.
6. Ильин, Е. П. Психология общения и межличностных отношений: учеб. пособие для вузов/ Евгений Ильин. - 2-е изд.. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2015. - 586 с.: ил., табл.
7. Корнилова, Т. В. Интеллектуально-личностный потенциал человека в условиях неопределенности и риска/ Т. В. Корнилова. - Санкт-Петербург: Нестор-История, 2016. - 343 с.: ил..
8. Николс, М. П. Искусство слушать. Почему мы разучились слушать друг друга?/ Майкл П. Николс ; [пер. с англ. А. А. Чепалова ; авт. предисл. Н. С. Саврилова]. - Харьков: Гуманитар. Центр, 2016. - 337, [2] с.
9. Минюрова, С. А. Психология самопознания и саморазвития: учебник / С. А. Минюрова. - Москва: Флинта; Москва: Наука, 2016. - 474, [1] с.: ил., табл..
10. Психологическая безопасность личности. ИмPLICITная и эксплицитная концепции/ Н. Е. Харламенкова [и др.]; РАН, Ин-т психологии. - Москва: Ин-т психологии РАН, 2017. - 261, [1] с.: ил., рис., табл..
11. Психология выбора / Д. А. Леонтьев [и др.]; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". - Москва: Смысл, 2015. - 463 с.: ил., табл..
12. Стебляк, Е. А. Внутренний мир развивающейся личности при нормальном и нарушенном развитии: учеб. пособие/ Е. А. Стебляк. - Москва: Флинта; Москва: Наука, 2017. - 480, [1] с.: табл..
13. Щукина, М. А. Психология саморазвития личности: [монография] / М. А. Щукина; С.-Петерб. гос. ун-т. - Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2015. - 346 с.: табл..

Рекомендации по подготовке к практическому занятию:

Работу по подготовке к практическим занятиям необходимо начинать с анализа базовых понятий, представленных в теме и вопросах, опираясь на предложенные основные и дополнительные источники, также – в рамках поисковой деятельности – обращаться к базам данных и подпискам профильных отечественных и зарубежных периодических изданий. Основу представления отобранного и подготовленного материала составит возможность использовать его при аргументации собственной позиции по каждому из вопросов во время дискуссии на занятии и предоставлении выполненных письменных работ.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Номер учебной аудитории	Перечень основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
47	Мультимедийный проектор Epson, интерактивная доска Interwrite; плазменная панель LG с разрешением высокой четкости, компьютер (моноблок) MSI с возможностью выхода в сеть Интернет	Ул. Чернышевского, д. 56 а
44	Мультимедийный проектор Epson, интерактивная доска Interwrite; плазменная панель LG с разрешением высокой четкости, компьютер (моноблок) MSI с возможностью выхода в сеть Интернет	

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.



Л.В. Пурыжова

« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Модуль педагогический»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Модуль педагогический».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	12
6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине.....	25
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	28
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	32
7.1. Основная учебная литература.....	32
7.2. Дополнительная учебная литература.....	32
7.3. Дополнительная учебная литература.....	32
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	32
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	33
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	36
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	36

Наименование дисциплины (модуля)

«Модуль педагогический»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Модуль педагогический» является создание условий для формирования базовых педагогических компетенций студентов непедагогических направлений подготовки, формирование понимания значимости профессии педагога для реализации профессиональных и личностных устремлений; обучение основам ведения педагогической деятельности, умениям проектировать современное образовательное пространство с учетом современных образовательных технологий в своей предметной области, основам педагогической рефлексии.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - роль педагогической деятельности в обществе; - различные формы организации аудиторной работы и стратегии самостоятельной учебно-исследовательской деятельности по исследованию современных методов и технологий обучения и диагностики	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Уметь: - выстраивать и реализовывать стратегию самообразовательной деятельности по применению современных методов и технологий обучения в педагогической деятельности; - быстро находить, анализировать и синтезировать необходимую информацию в различных областях знаний		
Владеть: - умениями выстраивать собственный образовательный маршрут и профессиональную карьеру с учетом полученных психолого-педагогических знаний в области современных методик и образовательных технологий; - навыками реализовывать образовательные программы по предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Модуль педагогический» представляет собой дисциплину по выбору вариативной части профессионального цикла блока Minor(Б1.В.ДВ.08.02; Б1.В.ДВ.09.02) дисциплин подготовки студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6	Тайм-менеджмент Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль информационно-технологический	Модуль педагогический	Модуль личностно-ориентированного совершенствования Модуль информационно-технологический Модуль

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	Модуль предпринимательский Модуль коммуникационный		предпринимательский Модуль коммуникационный Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-м семестре или в 6-м семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	34,25
Самостоятельная работа	145,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
1 Педагогика как наука	12,25	2	10	-	-	0,25		
2 Инклюзивное образование в современном мире	12,25	2	10	-	-	0,25		
3 Преподавание и воспитательная работа	12,25	2	10	-	-	0,25		

4 Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса	24,25	2	10	2	10	0,25		
5 Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом	50,5	8	30	2	10	0,5		
6 Методика предметного обучения с практикумом на базе школ г. Калининграда	55,25	-	-	10	45	0,25		
7 Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)	12,25	-	-	2	10	0,25		
Итого	180	16	70	16	75	2	0,25	0,75
Контактная работа	34,25	16	-	16	-	2	0,25	-
Самостоятельная работа	145,75	-	70	-	75	-	-	0,75
Промежуточная аттестация	Зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Педагогика как наука	Этапы развития педагогической науки. Предмет, объект и функции педагогики. Задачи и методы педагогики.
2.	Инклюзивное образование в современном мире	Периоды истории становления специального образования в Европе и в России. Современный этап развития специального образования. Сегрегационная, интегрированная, инклюзивная степени включенности детей с ОВЗ в социум Нормативно-правовая основа для организации образования лиц с ОВЗ, детей с инвалидностью в Российской Федерации
3.	Преподавание и воспитательная работа	Понимание значения терминов «воспитание», «обучение». Цели, воспитания, факторы, содержание, а также нормативно-правовые основы воспитательной работы. Профессиональная компетентность педагога. Общие характеристики понятий «преподавание» и «воспитательная работа» и их отличия. Формы и методы воспитательной работы. Критерии эффективности воспитательной работы.
4.	Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса	Содержание понятия «психолого-педагогическое сопровождение». Стратегии взаимодействия между учителем и учениками/родителями.
5.	Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом	Применение средств ИКТ в учебной деятельности. Использование социальных сетей в образовательном процессе на примере сети «ВКонтакте» Использование MSAccess при обучении информатике. Использование программы Flowgorithm на уроке информатики для изучения блок-схем учениками. Применение AdobePhotoshop при обучении информатике. Психологическое здоровье детей (проблемы троллинга, буллинга, безопасности в Интернете) 5-7 классы
6.	Методика предметного обучения с практикумом на	Современные методы и технологии обучения и диагностики в

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	базе школ г. Калининграда	организации урочной и внеурочной деятельности в начальной школе. Способы реализации основных тенденций и целей образовательного процесса на современном этапе развития. Способы осуществления педагогического сопровождения социализации и профессионального самоопределения обучающихся. Способы организации продуктивного взаимодействия со всеми участниками образовательного процесса.
7.	Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)	Совершенствование педагогического мастерства. Педагогические технологии. Современные подходы к педагогическому процессу.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
1.	Педагогика как наука	Педагогика как наука, объект и предмет. История развития педагогики Основные функции и задачи педагогики. Взаимосвязь педагогики с другими науками.
2.	Инклюзивное образование в современном мире	Модели обучения детей с ограниченными возможностями здоровья: сегрегация, интеграция, инклюзия. Сопоставление интеграции и инклюзии. Основные понятия и категории инклюзивного образования. Этические основы инклюзивного образования Нормативно-правовые основы инклюзивного образования в Российской Федерации ФГОС НОО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Профессиональная готовность педагогов к инклюзивному образованию
3.	Преподавание и воспитательная работа	Профессиональная компетентность педагога. Общие характеристики понятий «преподавание» и «воспитательная работа» и их отличия. Формы и методы воспитательной работы. Критерии эффективности воспитательной работы.
4.	Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса	Типы стратегий, которые может использовать педагог во взаимодействии с классом (с учеником / учениками)? Краткосрочная и долгосрочная перспективы ориентирования стратегий
5.	Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом	Высокоэффективный класс. Творчество и технологии в процессе обучения. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся. Общие черты и особенности стандартов обществоведческого образования в РФ и зарубежных странах (на примере США). Методы преподавания обществознания в 70-80 годах 20 века. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся. Совершенствование учебного процесса через внеурочную деятельность.
6.	Методика предметного обучения с практикумом на	Разработка план-конспекта урока по учебному предмету (в

№ п/п	Наименование темы	Содержание практического занятия
	базе школ г. Калининграда	соответствии с направлением подготовки)
7.	Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)	Содержание понятия «педагогическая рефлексия». Различные методы педагогической рефлексии Отработка навыков рефлексии на основе выполнения упражнений.

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Педагогика как наука	Привести три определения понятия «образовательная система». Как будут различаться стратегии проектирования в зависимости от выбора того или иного определения? Что будет приоритетно являться предметом преобразования в каждом из вариантов?
2.	Инклюзивное образование в современном мире	Основные принципы инклюзивного образования: 1. Ценность человека не зависит от его способностей и достижений. 2. Каждый человек способен чувствовать и думать. 3. Каждый человек имеет право на общение и на то, чтобы быть услышанным. 4. Все люди нуждаются друг в друге. 5. Подлинное образование может осуществляться только в контексте реальных взаимоотношений. 6. Все люди нуждаются в поддержке и дружбе ровесников. 7. Для всех обучающихся достижение прогресса скорее может быть в том, что они могут делать, чем в том, что не могут. 8. Разнообразие усиливает все стороны жизни человека.
3.	Преподавание и воспитательная работа	Разработайте памятку составителю учебного плана (образовательной программы) образовательного учреждения
4.	Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса	1. Что делать, если ребенок нарушает правило? Продемонстрируйте алгоритм действий взрослого 2. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: выяснение 3. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: перефразирование 4. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: отражение чувств
5.	Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом	На основе анализа образовательных ресурсов Интернет составить перечень сайтов, которые помогут разработать методические материалы к уроку по учебному предмету.
6.	Методика предметного обучения с практикумом на базе школ г. Калининграда	Изучите содержание представленных интернет-ресурсов учителей математики и информатики и подготовьте краткие обзоры с использованием средств ИКТ
7.	Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)	Вы собираетесь готовить учебный материал для обучения определенному учебному действию. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы. Вы собираетесь готовить учебный материал по определенной теме. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;

- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	итоговый контроль по дисциплине	
1 Педагогика как наука	УК-6	Дискуссия		Устно
2 Инклюзивное образование в современном мире	УК-6	Решение кейсов, дискуссия		Устно
3 Преподавание и воспитательная работа	УК-6	Дискуссия,		Устно
4 Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса	УК-6	Дискуссия		Устно
5 Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом	УК-6	Презентация практических заданий		Устно
6 Методика предметного обучения с практикумом на базе школ г. Калининграда	УК-6	Разработка плана-конспекта урока		Письменно
7 Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)	УК-6	Дискуссия, проект		Устно, письменно
	УК-6		Зачет	Письменно (тестирование)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Формирование компетенций (УК-6) происходит в три этапа:

Наименование этапов формирования компетенций	Содержание этапов	Перечень компетенций
Когнитивный этап	Ознакомление с теоретическими положениями учебной дисциплины: - ведущими отечественными и зарубежными педагогическими исследованиями; различные формы организации аудиторной работы и стратегии самостоятельной учебно–исследовательской деятельности по исследованию современных методов и технологий обучения и диагностики	УК-6- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Прикладной этап	Формирование представлений и умений, связанных с организацией и проведением анализа условий и факторов образовательного процесса с целью повышения его эффективности путем использования современных образовательных технологий; выстраиванием и реализацией стратегии самообразовательной деятельности по применению современных методов и технологий обучения в педагогической деятельности	
Демонстрационный этап	Формирование умений - выстраивать собственный образовательный маршрут и профессиональную карьеру с учетом полученных психолого-педагогических знаний в области современных методик и образовательных технологий; - реализовывать образовательные программы по предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов.; - самостоятельно ориентироваться и достаточно правильно интерпретировать явления и события в профессиональной сфере	
Когнитивный этап	Ознакомление с теоретическими положениями учебной дисциплины: - социальными, возрастными, психофизическими и индивидуальными особенностями; - требованиями нормативно-правовых документов в образовании; - современными методами и технологиями обучения и диагностики, саморазвития	

Прикладной этап	<p>Формирование представлений и умений, связанных с осуществлением обучения, воспитания, развития и саморазвития с учетом социальных, возрастных, психофизических и индивидуальных особенностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - с применением современных методов и технологий обучения в педагогической деятельности и построении карьеры; - адекватной оценкой себя и других исходя из результатов деятельности; - использованием возможности среды для достижения требуемых результатов деятельности; - поиска, анализа и синтеза необходимой информации в различных областях знаний; - осуществления рефлексии своей деятельности в реальных условиях современной школы
Демонстрационный этап	<p>Формирование умений</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть современными методиками и образовательными технологиями в своей деятельности; - владеть способами адекватно оценивать других участников взаимодействия и себя самого; - владеть навыками планировать свою деятельность и саморазвитие; - анализировать, адаптировать и применять опыт ведущих педагогов-практиков Калининградской области; - владеть навыками новейшие технологические достижения в своей деятельности, в том числе по саморазвитию; - владеть навыками рефлексии своей деятельности.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

УК-6Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Критерии Уровни	Познавательный	Личностный	Профессиональный
Низкий	<p>Различает изучаемые явления только в том виде, в котором они представлены. Результаты тестирования на уровне 55-69%.</p>	<p>Показывает низкий уровень самостоятельности практического навыка в аспекте повышения эффективности образовательного процесса путем использования современных образовательных технологий. Компетенция сформирована.</p>	<p>демонстрирует способность отличать педагогическую ситуацию от любой другой, образовательную технологию от любой другой и т.п., но умения по проектированию образовательной среды и использованию современных образовательных технологий требуют дальнейшей отработки и закрепления. Компетенция сформирована. Правильное определение педагогической ситуации. Полное решение кейса вызывает затруднения.</p>
Средний	<p>Может дать определение изучаемого явления, пересказать содержание определенного текста, правила, закономерности и пр., объяснить на примере. Результаты тестирования на уровне 70-84%.</p>	<p>Показывает достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка в аспекте повышения эффективности образовательного процесса путем использования современных образовательных технологий. Компетенция сформирована.</p>	<p>Демонстрирует наличие умений по проектированию образовательной среды и использованию современных образовательных технологий с учетом определенных условий и факторов образовательного процесса, но способен их применять лишь в стандартных ситуациях. Компетенция сформирована. Правильное решение кейса по стандартной ситуации. Нетипичные педагогические ситуации могут вызывать затруднения</p>
Высокий	<p>Не только воспроизводит формулировку какого-либо явления и объясняет на примере, но и переносит изученные и усвоенные</p>	<p>Показывает высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка в аспекте повышения эффективности образовательного</p>	<p>Демонстрирует умение творчески подойти к решению той или иной педагогической проблемы, составлять и внедрять новые эффективные технологии; владение способами</p>

	понятия, законы и закономерности на новую нестандартную ситуацию. Результаты тестирования на уровне 85-100%.	процесса путем использования современных образовательных технологий. Компетенция сформирована.	проектирования образовательной среды обучающихся. Компетенция сформирована Полное и правильное решение кейса, представлены несколько вариантов развития ситуации
--	--	--	--

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Наименование этапов формирования компетенций</i>	<i>Содержание этапов</i>	<i>Типовые задания</i>
Когнитивный этап	Ознакомление с теоретическими положениями учебной дисциплины: - ведущими отечественными и зарубежными педагогическими исследованиями; - социальными, возрастными, психофизическими и индивидуальными особенностями обучающихся; - требованиями нормативно-правовых документов в образовании; - современными методами и технологиями обучения и диагностики.	система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося - тестирование оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения - дискуссия
Прикладной этап	Формирование представлений и умений, связанных с организацией и проведением анализа условий и факторов образовательного процесса с целью повышения его эффективности путем использования современных образовательных технологий	подробное и полное изложение содержания и хода урока, отражающее совместную деятельность учителя и учащихся - разработка плана-конспекта урока проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы - решение кейсов Представление практических заданий Выполнение и представление результатов выполненных профессионально-ориентированных заданий
Демонстрационный этап	Формирование умений - использовать современные методики и образовательные технологии в своей педагогической деятельности; - адекватно оценивать знания учеников; - планировать учебный процесс и конструировать учебные занятия; - анализировать, адаптировать и применять опыт ведущих педагогов-практиков Калининградской области; - реализовывать образовательные программы по предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов; - осуществлять рефлексию своей педагогической деятельности в реальных условиях современной школы.	Защита индивидуального или группового проекта с презентацией. Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Когнитивный этап (примеры типовых контрольных заданий, процедур)

Раздел 1 Вопросы для подготовки к тестированию

К теме 1 «Педагогика как наука»

- 1) Понятие «педагогика»
- 2) Этапы развития педагогической науки.
- 3) Предмет и объект педагогики.
- 4) Функции педагогической науки.
- 5) Задачи педагогики.
- 6) Научные методы педагогики.

К теме 2 «Инклюзивное образование в современном мире»

1. Сущность инклюзивного образования в современном образовательном пространстве.
2. История становления и развития специального и инклюзивного образования.
3. Модели реализации инклюзивного образования в современном мире.
4. Нормативно-правовые основы инклюзивного образования.
5. Понятие и структура специальных образовательных условий.
6. Требования ФГОС общего образования к психолого-педагогическим условиям реализации основной образовательной программы.

К теме 3 «Преподавание и воспитательная работа»

1. Понятие воспитания. Его цели, факторы.
2. Цели воспитания, факторы.
3. Основные виды воспитательной деятельности.
4. Содержание воспитания
5. Воспитание как общественное явление
6. Нормативно-правовые основы воспитательной деятельности в школе.

К теме 4 «Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса».

1. Понятие психолого-педагогического сопровождения.
2. Специфика психолого-педагогического взаимодействия.
3. Стили психолого-педагогического взаимодействия.
4. Демократический стиль взаимодействия с классом.
5. Нормативная регуляция поведения школьников.
6. Стратегии поддержки позитивного климата в классе.
7. Стратегии кратковременного контроля и пресечения нежелательного поведения учеников в классе
8. Стратегии разрешения проблем.

Примеры тестирования к темам 1 – 4

1. Государственная политика в области педагогической конфликтологии регулируется в нормативно-правовых документах:

- А. Закон об образовании в РФ, Профессиональный стандарт педагога, Федеральный образовательный стандарт школьного образования
- Б. Конституция РФ, Закон о медиации, Закон об образовании
2. Профессиональный стандарт педагога в области педагогической конфликтологии включает:
- А. профессиональное умение в поддержке учащегося в конфликтной ситуации
- Б. создание психолого-педагогических условий обучения
- В. участие в работе комиссии по урегулированию споров
3. Понятие «педагогический конфликт» означает:
- А. ссора между педагогом и учащимся
- Б. предельный случай обострения противоречий педагогического процесса
- В. конфликт с педагогическим коллективом
4. Соотношение 70% (обязательная часть) и 30% (часть, формируемая участниками образовательного процесса), по требованиям ФГОС ООО, должно прослеживаться:
- А. в учебном плане и плане внеурочной деятельности образовательной организации;
- Б. исключительно в учебном плане образовательной организации;
- В. во всех трех разделах основной образовательной программы – целевом, содержательном и организационном;
- Г. в индивидуальных учебных планах обучающихся.
5. Федеральный закон «О ратификации Конвенции о правах инвалидов» принят в:
- А. 1989 году
- Б. 2006 году
- В. 2008 году
- Г. 2011 году
- Д. 2012 году
6. Структурное подразделение, создаваемое в образовательной организации с целью сопровождения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, называется:
- А. психолого-педагогическая служба
- Б. социально-педагогическая служба
- В. служба медиации
- Г. психолого-медико педагогическая комиссия
- Д. психолого-медико педагогический консилиум
7. К обучающимся с ограниченными возможностями здоровья НЕ относят обучающихся с:
- А. нарушениями слуха
- Б. с задержкой психического развития
- В. нарушениями речи
- Г. онкологическими заболеваниями
- Д. хроническими соматическими заболеваниями
8. Содержание обучения - это
- А. все то, что должен знать преподаватель о процессе обучения языкам.
- Б. все то, чему обучающиеся должны научиться в процессе обучения языкам.
- В. все то, чему преподаватель должен научить, а обучающиеся научиться в процессе обучения языкам.

Г. все то, чему преподаватель и обучающиеся должны научиться в процессе обучения языкам.

9. Термин «компетенция» был впервые введен:

- А. Советом Европы
- Б. Н.Хомским
- В. Н.Д.Гальсковой
- Г.И.Л.Бим

10. В чем суть принципа сознательности в обучении?

- А. обучающийся сознательно посещает занятия;
- Б. обучающийся осознает ценность образования;
- В. обучающийся осознает осваиваемые действия и операции с учебным материалом;

Дискуссия

К теме 1 «Педагогика как наука»

Цель: определить понятие педагогики как науки, ее основные функции и задачи.

Вопросы для обсуждения:

1. Педагогика как наука, объект и предмет.
2. История развития педагогики
3. Основные функции и задачи педагогики.
4. Взаимосвязь педагогики с другими науками.

Задание: Дать определения понятиям: педагогика, образование, обучение, дидактика, гармоническое развитие, воспитание, воспитательная система, педагогическая деятельность, педагогическая теория, практика.

К теме 2 «Инклюзивное образование в современном мире»

Цель: ввести основные понятия инклюзивного образования, изучить нормативно-правовые и этические основы инклюзивного образования.

Вопросы для обсуждения:

1. Модели обучения детей с ограниченными возможностями здоровья: сегрегация, интеграция, инклюзия.
2. Сопоставление интеграции и инклюзии.
3. Основные понятия и категории инклюзивного образования.
4. Этические основы инклюзивного образования
5. Нормативно-правовые основы инклюзивного образования в Российской Федерации
6. ФГОС НОО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.
7. Профессиональная готовность педагогов к инклюзивному образованию.

К теме 3 «Преподавание и воспитательная работа»

Цель: обозначить важность организации воспитательной работы, определить ее особенности, основные формы и методы.

Вопросы для обсуждения:

1. Профессиональная компетентность педагога.

2. Общие характеристики понятий «преподавание» и «воспитательная работа» и их отличия.
3. Формы и методы воспитательной работы.
4. Критерии эффективности воспитательной работы.

Задание: составить краткую программу воспитательной работы для 5 класса.

К теме 4 «Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов образовательного процесса»

Цель: уметь анализировать психолого-педагогическое взаимодействие с точки зрения целесообразности используемых педагогом стратегий и тактик.

Дискуссия проходит в групповой форме. Студенты делятся на группы, обсуждают ситуации из своей школьной жизни и выбирают одну из них для последующего анализа. Далее результаты работы групп представляются всем участникам.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Насколько типичной является описанная ситуация?
- 2) Какой тип стратегий использовал педагог во взаимодействии с классом (с учеником / учениками)?
- 3) На какую перспективу (краткосрочную или долгосрочную) ориентированы эти стратегии? Докажите.
- 4) Поставьте себя на место участников. Что они чувствовали, о чем думали, к чему стремились, каковы были их мотивы?
Как бы вы поступили в этой ситуации?

Задание:

1. Что делать, если ребенок нарушает правило? Продемонстрируйте алгоритм действий взрослого
2. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: выяснение
3. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: перефразирование
4. Продемонстрируйте технику рефлексивного слушания: отражение чувств

К теме 7 «Педагогическая дискуссионная площадка (образовательное событие)».

Цель: способствовать саморефлексии студентов в педагогической деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Как вы совершенствовали свое педагогическое мастерство?
2. Какими педагогическими технологиями вы овладели?
3. Реализовали ли вы в своем опыте современные подходы к педагогическому процессу и какие?
4. Проанализируйте собственный опыт работы с учащимися (или их родителями) и обобщите его.
5. Развили ли вы у себя профессионально значимые свойства и качества индивидуальности и личности. Какие?

Задание: Заполнить таблицу:

Цели профессиональной деятельности	Результат (что сделано, конкретные достижения)
------------------------------------	--

Совершенствовать свое педагогическое мастерство	
Овладеть конкретной педагогической технологией	
Добиться высоких результатов в обучении	
Реализовать в своем опыте современные подходы к педагогическому процессу	
Добиться признания своих коллег	
Проанализировать собственный опыт работы с учащимися (или их родителями) и обобщить его	
Развивать у себя профессионально значимые свойства и качества индивидуальности и личности.	

Составление структурно-логических схем

К теме 5 «Особенности ФГОС. Общая характеристика основных образовательных программ»

Задание: Составить схемы:

- «Структура предметной программы».
- «Структура основной образовательной программы»

Прикладной этап (примеры типовых контрольных заданий, процедур)

Решение кейс-задачи

К теме 2 «Инклюзивное образование».

Задания:

Решите следующие психологические задачи (определить тип нарушенного развития)

1. У Дэниэла одна любимая игрушка и десятки других, которые для него будто и не существуют. Единственная обожаемая моим сыном игрушка – деревянный Паровозик

Томас, с физиономией в виде часов с черным ободком и трубой, здорово смахивающей на шляпу. Паровозик должен следовать за Дэниэлом повсюду, находясь либо у него во рту, либо в руке. Ни в коем случае не в руке Эмили и уж конечно не в раковине, под струей воды. Никакие мои уговоры и обещания вымыть игрушку за минутку – меньше чем за минутку – на Дэниэла не действовали: он барабанил кулачками по моим бедрам и верещал как мартышка, горестно округлив рот. Я протянула руку, чтобы погладить Дэниэла по спине, он меня отпихнул. Он не позволял ни прикоснуться к себе, ни обнять, а сам все плакал, словно его кто-то чудовищно колотит, словно его пчела ужалила или какая другая беда приключилась, еще страшнее. Дети *так* не делают. Оттолкнувшись головой от моей лодыжки, Дэниэл возил лбом по полу, потом дополз до стены и изо всех своих силенок тыкался головой в угол комнаты.

Дэниэл с каждым днем плакал все больше и больше, по любым, самым странным и необъяснимым поводам. И я представления не имела – почему.

Я отошла взглянуть на Дэниэла – и поняла, что его нигде нет. Кошмарная девичья поп-группа завывала в самое ухо, не желая умолкнуть. Я не только *слышала* этих девиц, но и *видела*, как они танцуют на сцене. В моей голове полным ходом шло светозвуковое шоу. Тщетно я затыкала уши пальцами и, прикрыв глаза ладонями, волчком вертелась на месте. Точь-в-точь как Дэниэл, когда сильно расстроен.

– Дэниэл!!!

Тишина в ответ. Дэниэл никогда не отзывается (отрывок из книги Марти Леймбаха «Дэниэл молчит»).

Ответ: РАС

2. Мать Гренуя родила его под столом рыбной лавки, среди рыбных голов. Мать обвиняют в детоубийстве и казнят, а новорождённого полиция отдаёт некой кормилице. Женщина отказывается ухаживать за ребёнком, потому, что, по её словам, он «не пахнет как другие дети» и одержим дьяволом. Затем его отдают в приют мадам Гайяр. Здесь Гренуй живёт до восьми лет, дети сторонятся его, к тому же он некрасив. Никто не подозревает о том, что он обладает острым обонянием. Единственная радость для него — это изучение новых запахов. *Однажды* на улице он чувствует приятный аромат, он его манит. Источником аромата оказывается юная девушка. Гренуй опьянён её ароматом, душит девушку, наслаждаясь её запахом, а затем скрывается незамеченным. Его не мучает совесть, он находится под властью аромата.

Гренуй попадает в пещеру и живёт там несколько лет. Он понимает, что сам не пахнет и хочет изобрести духи, чтобы люди перестали сторониться его и приняли за обычного человека. В городе начинается волна странных убийств, жертвами становятся юные девушки. Это Гренуй собирает запахи, обривая своих жертв и обмазывая их жиром (отрывок из книги Зюскинд Патрик «Парфюмер. История одного убийцы»).

Ответ: психопатия

3. Он знал, что быть матерью такого мальчика, как он, это не то что быть матерью обыкновенного мальчика. Руки и ноги обыкновенных ребят слушаются их всегда, а Джона его руки и ноги слушаются только иногда. И когда мама из-за этого расстраивается, Джону обычно становится хуже. Он начинает спотыкаться, ронять вещи, заикаться, и иногда ему приходится отчаянно колотить себя кулаками по бокам, чтобы выговорить слово.

Пора бы им догадаться, что он целый мальчик, но связанный по рукам и ногам. Что он — молодой лев в цепях, орел с подрезанными крыльями. Что это они заточили его тело в тюрьму (отрывок из книги Саутолл Айвен «Пусть шарик летит»).

Ответ: ДЦП

4. Наконец малышка закричала, и тогда он перевернул ее и взглянул в крошечное лицо.

Нежную кожу покрывал сметанный узор родовой смазки, тельце скользило от околоплодных вод и остатков крови. У нее были мутные голубые глазки и угольно-черные волосы, однако всего этого он почти не заметил, потому что видел совсем другое. Безошибочные признаки: вздернутые, словно от смеха, наружные уголки глаз, эпикантус век, приплюснутый нос. «Классический случай, — всплыли в мозгу слова профессора, произнесенные много лет назад, когда они осматривали точно такого же ребенка. — Монголоидные черты. Вам известно, что это значит?» Тогда он послушно перечислил симптомы, заученные по книге: пониженный мышечный тонус, замедленный рост и умственное развитие, возможные болезни сердца, ранняя смерть. Профессор кивнул и приложил стетоскоп к гладкой голой груди новорожденного. «Несчастный малыш. Родителям только и остается, что менять подгузники. А лучше пожалеть себя и отдать бедняжку в интернат» (отрывок из книги Эдвардс Ким «Дочь хранителя тайны»).

Ответ: синдром Дауна

5. Дома Сингер без устали разговаривал с Антонапулосом. Руки его вычерчивали слова быстрыми жестами, а лицо при этом было крайне оживленное, и зеленовато-серые глаза ярко блестели. Своими худыми, сильными руками он рассказывал Антонапулосу обо всем, что случилось за день. Антонапулос сидел, лениво развалившись, и смотрел на Сингера. Если он и шевелил руками, а это бывало редко, то только для того, чтобы сказать, что ему хочется есть, спать или выпить. Эти свои три желания он выражал одними и теми же неопределенными неуклюжими движениями (отрывок из книги Карсон Маккалерс «Сердце – одинокий охотник»).

Ответ: глухота

6. Я не люблю, когда люди на меня кричат. Я от этого пугаюсь, потому что они могут ударить меня или ко мне притронуться. И я не знал, что мне делать дальше.

Потом миссис Ширз снова принялась кричать. Я закрыл уши руками, зажмурил глаза и стал клониться вперед, пока не согнулся так, что лоб коснулся травы. Трава была холодной и влажной. И мне сразу сделалось лучше.

Полицейский мужчина сказал:

— Ну? Что тут приключилось?...

Я отвернулся от него и снова упал лицом в траву. А потом издал звук, который отец называет стенаниями. Этот звук у меня вырывается, когда из внешнего мира приходит слишком много информации разом. Так бывает, например, когда я огорчаюсь. Тогда я подхожу к радиоприемнику и ставлю его на промежуточный канал между двумя станциями. Из него начинает вырваться шипение, которое называется. Если сильно отвернуть громкость, то, кроме него, ничего не слышно. И когда я его слушаю, я чувствую себя в безопасности... (отрывок из книги Марк Хэддон «Загадочное ночное убийство собаки»).

Ответ: РАС

Разработка плана-конспекта урока

Задание: Разработать план-конспект урока учебного предмета, соответствующего направлению подготовки студента, по следующему шаблону:

ПЛАН-КОНСПЕКТ УРОКА

Предмет _____

Урок № _____

Тема

урока: _____

Тип урока: **Урок «открытия» нового знания**

Деятельностная цель: формирование способности обучающихся к новому способу действия.

Образовательная цель: расширение понятийной базы за счёт включения в неё новых элементов.

Формирование УУД:

Личностные действия: (самоопределение, смыслообразование, нравственно-этическая ориентация)

Регулятивные действия: (целеполагание, планирование, прогнозирование, контроль, коррекция, оценка, саморегуляция)

Познавательные действия: (общеучебные, логические, постановка и решение проблемы)

Коммуникативные действия: (планирование учебного сотрудничества, постановка вопросов, разрешение конфликтов, управление поведением партнера, умение с достаточной точностью и полнотой выразить свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации)

Этап урока	Действия учителя	Деятельность обучающихся	УУД
1. Организационный момент (1-2 минуты)			
2. Актуализация знаний(4-5 минут)			
3. Постановка учебной задачи (4-5 минут)			
4. «Открытие нового знания»(построение проекта выхода из затруднения)(7-8 минут)			
5. Первичное закрепление(4-5 минут)			
6. Самостоятельная работа с проверкой по эталону. Самоанализ и самоконтроль.(4-5 минут)			
7. Включение нового знания в систему знаний и повторение.(7-8 минут)			
8. Рефлексия деятельности.			
9. (Итог урока 2-3 минуты)			

Представление практических заданий

К теме «Современные аспекты преподавания учебного предмета с практикумом»

Цель сформировать представления по проектированию контекста педагогической деятельности.

Задание 1. Ниже приведены три определения понятия «образовательная система». Как будут различаться стратегии проектирования в зависимости от выбора того или иного

определения? Что будет приоритетно являться предметом преобразования в каждом из вариантов?

Образовательная система — это совокупность образовательных программ, удовлетворяющих запросы определенных групп населения на данной территории и обеспечивающих стабильность результатов образовательной деятельности (О. Е. Лебедев).

Образовательная система — это специально выстраиваемая силами общества и государства в соответствии с историческим и социокультурным контекстом система сохранения, воспроизводства и развития Человеческого Качества.

Образовательная система - это специально организованная система, предназначенная включить человека в культуру (прошлую, настоящую, будущую), придать эволюции культуры безопасный ход, т. е. выработать, сформировать определенную готовность к действию, развернуть, наладить механизмы ориентации, адаптации, побуждения, коммуникации, продуцирования ценностей в той или иной области (В. Е. Радионов).

Задание 2. На основе анализа образовательных ресурсов Интернет составить перечень сайтов, которые помогут разработать методические материалы к уроку по учебному предмету.

Задание 3. Изучите содержание представленных интернет-ресурсов учителей математики и информатики и подготовьте краткие обзоры с использованием средств ИКТ.

Интернет-ресурсов учителей:

Пономаренко В. Н. (Самарская область, математика и информатика и ИКТ)

Хамидуллин А. Н. (Республика Татарстан, математика)

Васильева И. В., Новгородская область, математика, алгебра, геометрия.

Лагутин А. А., Московская область, информатика.

Малгаров И. И., Республика Саха (Якутия), физика, информатика.

Волкова А. А., Липецкая область, физика и информатика.

Ронжина Р. Р., Республика Башкортостан, математика.

Задание 4. Проанализируйте ФГОС ООО и определите содержание компонент, необходимых для проектирования образовательной программы.

Задание 5. Разработайте памятку составителю учебного плана (образовательной программы) образовательного учреждения.

Задание 6. Разработайте схему представления результатов выбора системы средств обучения.

Задание 7. Вы собираетесь готовить учебный материал для обучения определенному учебному действию. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы.

Задание 8. Вы собираетесь готовить учебный материал по определенной теме. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы.

Демонстрационный этап (примеры типовых контрольных заданий, процедур)

Защита группового проекта

По теме «Современные аспекты преподавания учебного предмета»

Примерные темы проектов:

1. Применение средств ИКТ в учебной деятельности.
2. Использование социальных сетей в образовательном процессе на примере сети «ВКонтакте»
3. Использование MSAccess при обучении информатике.
4. Использование программы Flowgorithm на уроке информатики для изучения блок-схем учениками.
5. Применение AdobePhotoshop при обучении информатике.
6. Психологическое здоровье детей (проблемы троллинга, буллинга, безопасности в Интернете) 5-7 классы
7. Профориентация 7-8 классы: «Твой выбор»
8. Стресс перед экзаменами 9 и 11 классы
9. Школьная успешность
10. Советы учеников учителям
11. Я в школе (что меня устраивает, что не устраивает в моей школе)
12. Высокоэффективный класс. Творчество и технологии в процессе обучения.
13. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся.
14. Общие черты и особенности стандартов обществоведческого образования в РФ и зарубежных странах (на примере США).
15. Методы преподавания обществознания в 70-80 годах 20 века.
16. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся.
17. Совершенствование учебного процесса через внеурочную деятельность.
18. Периодическая система химических элементов.
19. Введение в органическую химию.

Критерии оценки проекта

Отлично	Текст работы соответствует заявленной теме; тема раскрыта полностью с привлечением интересных фактов по теме; текст работы выстроен логично, присутствует вступление и заключение, список литературы; соблюден требуемый объем презентации; используется разнообразный наглядный материал (фото, картинки, карты, таблицы), на слайдах отсутствует избыточная информация
Хорошо	Текст работы соответствует заявленной теме; тема раскрыта не до конца (недостаточное количество интересных фактов, в основном уже известная информация); текст работы в целом выстроен логично, но отсутствует вступление / заключение и / или список литературы; соблюден требуемый объем презентации, но недостаточно используется наглядный материал или несколько слайдов содержат избыточную информацию.
Удовлетворительно	Текст работы соответствует заявленной теме; тема раскрыта слабо (мало информации, неинтересно); есть нарушения логики в работе, отсутствие одного аспекта (вступление / заключение и / или список литературы); требуемый объем презентации соблюден, однако в презентации мало наглядного материала и практически все слайды перегружены информацией.
Неудовлетворительно	Текст работы не соответствует заявленной теме (при 0 за этот критерий ставится 0 за всю работу); текст работы выстроен нелогично, отсутствует вступление и заключение, список литературы; требуемый объем презентации не соблюден или мало наглядного материала и практически все слайды перегружены информацией.

Критерии оценки дискуссии

5 баллов – студент принял участие в дискуссии, сделал подборку необходимых источников информации, обработал информацию, четко систематизировал, может грамотно применить её при проведении дискуссии. Приведено более 4 оригинальных и разнообразных аргументов или контраргументов, принимает во внимание мнение других участников, отлично владеет навыком критического мышления, на высоком уровне проявлено умение работать в команде.

4 балла – студент принял участие в дискуссии по теме, проявлено понимание взаимосвязи между изучаемыми событиями и явлениями через приведение 2 разнообразных примеров из прошлого и современности, информация обработана и систематизирована. Регламент соблюден, выступление имеет обозначенные в речи смысловые части, соблюдена культура ведения дебатов и уважение к мнению участников, проявлено умение действовать в новых непредсказуемых условиях, проявлена терпимость к другим точкам зрения.

3 балла – студент принял участие в дискуссии, сделал подборку необходимых источников информации, но не обработал информацию или недостаточно разобрался в ее содержании, существуют затруднения в применении отобранной информации. Систематизация информации слабая. Проявлен навык логического и критического мышления с помощью наводящих вопросов участников дискуссии или преподавателя, слабо проявлено умение работать в команде.

2 балла – студент принял участие в дебатах по теме, но не привел высказываний из источников, опираясь только на свое мнение, отсутствует систематизация информации. Регламент не соблюден, выступление не разделено на смысловые части, отсутствует культура ведения дискуссии и уважение к мнению участников, умение работать в команде не проявлено.

1 балл – студент не принял участия в дискуссии или участие принял, но не по теме.

Критерии оценки решения кейс-задач

5 баллов – студент показал умение мыслить логически; ясно и последовательно представил анализ в убедительной и обоснованной форме. Использовал имеющиеся в его распоряжении данные, чтобы разработать подробный и обоснованный план действий или провести тщательный анализ ситуации, уложился в указанные временные рамки.

4 балла – студент показал умение мыслить логически; представил анализ в убедительной и обоснованной форме. Использовал имеющиеся в его распоряжении данные, чтобы разработать подробный и обоснованный план действий или провести анализ ситуации, уложился в указанные временные рамки.

3 балла – студент показал умение мыслить логически с помощью наводящих вопросов; представил анализ, допустив логические ошибки. Использовал имеющиеся в его распоряжении данные, чтобы разработать план действий или провести анализ ситуации, не уложился в указанные временные рамки.

2 балла – отсутствие решения (составления) кейс-задачи.

Критерии оценки плана-конспекта урока

5 баллов обучающие и развивающие цели четко определены, четко выделены цели урока, направленные на формирование метапредметных умений и ЗУН по предмету. Урок имеет четкую структуру, этапы урока логично выстроены и взаимосвязаны. Наблюдается четкое различие содержания образования и содержания учебного материала, содержание образования соответствует требованиям ФГОС. Эффективно подобран учебный материал для освоения запланированной единицы содержания образования на основе мотивации учеников. Учебный материал полностью соответствует школьной программе, содержание урока соответствует психолого-возрастным особенностям учащихся. Работа на уроке организована с пониманием логики переходов от одного этапа к другому (какова была задача этапа, что уже сделано, что предстоит делать далее по отношению к поставленной цели, готовность к переходу на новый этап). Используемые методы (репродуктивные, продуктивные) соответствуют цели урока, данным педагогической и психологической диагностики. На уроке использованы разные виды ЭОР. Представлена смена видов работы на уроке.

4 балла – обучающие и развивающие цели четко определены, четко выделены цели урока, направленные на формирование метапредметных умений и ЗУН по предмету. Урок имеет четкую структуру, этапы урока логично выстроены и взаимосвязаны. Наблюдается четкое различие содержания образования и содержания учебного материала, содержание образования соответствует требованиям ФГОС. Эффективно подобран учебный материал для освоения запланированной единицы содержания образования на основе мотивации учеников. Учебный материал полностью соответствует школьной программе, содержание урока соответствует психолого-возрастным особенностям учащихся. Работа на уроке организована с пониманием логики переходов от одного этапа к другому (какова была задача этапа, что уже сделано, что предстоит делать далее по отношению к поставленной цели, готовность к переходу на новый этап). Используемые методы (репродуктивные, продуктивные) соответствуют цели урока, данным педагогической и психологической диагностики. На уроке использованы разные виды ЭОР. Представлена смена видов работы на уроке, Может быть несколько несущественных недочетов в структуре урока, которые студент сам исправляет при указании на них преподавателя.

3 балла – обучающие и развивающие цели урока не четко определены. Этапы урока не всегда логично выстроены и взаимосвязаны. Содержание образования соответствует требованиям ФГОС. Учебный материал для освоения запланированной единицы содержания образования на основе мотивации учеников подобран в соответствии со школьной программой. Содержание урока не полностью соответствует/не соответствует психолого-возрастным особенностям учащихся. Работа на уроке не всегда логична в аспекте переходов от одного этапа к другому (какова была задача этапа, что уже сделано, что предстоит делать далее по отношению к поставленной цели, готовность к переходу на новый этап). Используемые методы (репродуктивные, продуктивные) соответствуют цели урока, данным педагогической и психологической диагностики. На уроке использованы один вид ЭОР. Смена видов работы на уроке не представлена в полном объеме, В построении урока могут быть несколько ошибок, которые студент не в состоянии исправить самостоятельно.

2 балла – обучающие и развивающие цели урока не определены. Этапы урока выстроены нелогично. Содержание образования соответствует требованиям ФГОС. Учебный материал для освоения запланированной единицы содержания образования на основе мотивации учеников подобран в соответствии со школьной программой.

Содержание урока не полностью соответствует/не соответствует психолого-возрастным особенностям учащихся. Работа на уроке не всегда логична в аспекте переходов от одного этапа к другому (какова была задача этапа, что уже сделано, что предстоит делать далее по отношению к поставленной цели, готовность к переходу на новый этап). Используемые методы (репродуктивные, продуктивные) соответствуют цели урока, данным педагогической и психологической диагностики. На уроке использованы один вид ЭОР. Смена видов работы на уроке не представлена. В построении урока многочисленные ошибки, которые студент не в состоянии исправить самостоятельно.

1 балл – план-конспект урока не подготовлен.

Критерии оценки выполнения практических заданий (уровни владений освоения дисциплинарных частей компетенций при выполнении практических заданий)

Балл за владения	Уровень приобретения	Критерии оценивания уровня приобретенных владений
5	Максимальный	Студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы
4	Средний	Студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов
3	Минимальный	Студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы допущено много неточностей
2	Минимальный уровень не достигнут	При выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы допущено множество неточностей

6.3.2 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля является *зачет*. По итогам зачета выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено». Зачет по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения

навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Зачет может выставляться по результатам аттестации всех блоков модуля или по вопросам для зачета. Форма проведения зачета должна быть доведена до студентов.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Вопросы к зачету:

1. Определение понятия «педагогика».
2. Этапы развития педагогической науки.
3. Предмет и объект педагогики.
4. Функции педагогической науки.
5. Задачи педагогики.
6. Научные методы педагогики.
7. Сущность инклюзивного образования в современном образовательном пространстве.
8. История становления и развития специального и инклюзивного образования.
9. Модели реализации инклюзивного образования в современном мире.
10. Нормативно-правовые основы инклюзивного образования.
11. Понятие и структура специальных образовательных условий.
12. Требования ФГОС общего образования к психолого-педагогическим условиям реализации основной образовательной программы.
13. Понятие воспитания. Его цели, факторы.
14. Цели воспитания, факторы.
15. Основные виды воспитательной деятельности.
16. Содержание воспитания
17. Воспитание как общественное явление
18. Нормативно-правовые основы воспитательной деятельности в школе.
19. Понятие психолого-педагогического сопровождения.
20. Специфика психолого-педагогического взаимодействия.
21. Стили психолого-педагогического взаимодействия.
22. Демократический стиль взаимодействия с классом.
23. Нормативная регуляция поведения школьников.
24. Стратегии поддержки позитивного климата в классе.
25. Стратегии кратковременного контроля и пресечения нежелательного поведения учеников в классе
26. Стратегии разрешения проблем.
27. Понятие основная образовательная программа

28. Концепция основных образовательных программ, реализующих федеральные государственные стандарты среднего общего образования
29. Понятие о государственном образовательном стандарте.
30. Компоненты государственного стандарта образования.
31. Концептуальные положения закона «Об образовании в РФ».
32. Конфликтность педагогического процесса.
33. Противоречия педагогического процесса.
34. Конфликты в начальной школе.
35. Конфликтность подросткового возраста.
36. Конфликты с родителями.
37. Конфликты в вузе.
38. Рабочее место студента. Студент-студент. Студент-группа. Студент – преподаватель.
39. Корпоративная культура учебной группы как условие профилактики конфликтов.
40. Самоохранительное поведение учителя.
41. Структурная, содержательная и динамическая модель конфликта как основа урегулирования конфликтов.
42. Стратегии и тактики конфликтного взаимодействия.
43. Способы предупреждения конфликтов.
44. Нормативно-правовые основы разрешения педагогических конфликтов.
45. Институциональные формы урегулирования споров.
46. Комиссия по урегулированию споров (ст.45. Закон об образовании РФ), школьная служба примирения.

Шкала оценивания сформированности компетенций

«**Зачтено**» ставится в случае, если студент набрал более 55% от максимального количества баллов в ответах теста, при этом на защите проекта был дан полный, развернутый ответ, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен понятно для читающего (см. критерии по оценке проекта). К тому же студент должен освоить все этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины, выполнить все задания текущего контроля. Компетенции сформированы на хорошем или пороговом уровне.

«**Не зачтено**» ставится в случае, если студент набрал менее 55% от максимального количества баллов в ответах теста, при этом на защите проекта ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь рассматриваемого вопроса проекта с другими объектами профессиональной деятельности. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения (см. критерии по оценке проекта). Кроме того, студент не освоил все этапы формирования компетенций, задания текущего контроля по дисциплине выполнены не в полном объеме. Компетенции не сформированы или Проект полностью отсутствует или Отказ от ответа.

В случае выявления на зачете шпаргалок, фактов списывания, использования несанкционированных технических средств и т.д. студенту выставляется в качестве итоговой оценки за зачет «**не зачтено**».

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине «Педагогический модуль» проводится в форме текущей и итоговой аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке студентов и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

–на занятиях (дискуссия, тестирование, обсуждение результатов выполнения практических заданий, решение кейс-задач, представление групповых проектов);

–по результатам выполнения индивидуальных заданий (разработка плана-конспекта урока);

–по результатам проверки качества конспектов лекций и материалов подготовки к практическим занятиям;

–по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Контроль за выполнением студентами каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для предварительной и рубежной аттестации по дисциплине.

Итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине «Модуль педагогический» требованиям ФГОС ВО по непедагогическим направлениям подготовки в форме зачета.

Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения - тестирование на последнем практическом занятии. Оценка по результатам зачета – «зачтено», «не зачтено».

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).

2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.

3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций</i>	<i>Представление оценочного средства в фонде</i>
Тестирование	Позволяет оценить уровень знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных или электронных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте определяется преподавателем. Отведенное время на подготовку определяет преподаватель.	Фонд тестовых заданий
Дискуссия	Осуществляется по итогам каждого выступления. Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	<p>Перечень вопросов для дискуссионных тем, полемика в рамках семинарских, практических занятий</p> <p>Темы для обсуждений:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Педагогика как наука, объект и предмет. 1.2. История развития педагогики 1.3. Основные функции и задачи педагогики. 1.4. Взаимосвязь педагогики с другими науками. 2.1. Модели обучения детей с ограниченными возможностями здоровья: сегрегация, интеграция, инклюзия. 2.2. Сопоставление интеграции и инклюзии. 2.3. Основные понятия и категории инклюзивного образования. 2.4. Этические основы инклюзивного образования 2.5. Нормативно-правовые основы инклюзивного образования в Российской Федерации 2.6. ФГОС НОО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. 2.7. Профессиональная готовность педагогов к инклюзивному образованию. 3.1. Профессиональная компетентность педагога. 3.2. Общие характеристики понятий «преподавание» и «воспитательная работа» и их отличия. 3.3. Формы и методы воспитательной работы. 3.4. Критерии эффективности воспитательной работы. 4.1. Насколько типичной является описанная ситуация? 4.2. Какой тип стратегий использовал педагог во взаимодействии с классом (с учеником / учениками)? 4.3. На какую перспективу (краткосрочную или

		<p>долгосрочную) ориентированы эти стратегии? Докажите.</p> <p>4.4. Поставьте себя на место участников. Что они чувствовали, о чем думали, к чему стремились, каковы были их мотивы?</p> <p>4.5. Как бы вы поступили в этой ситуации?</p> <p>10.1. Как вы совершенствовали свое педагогическое мастерство?</p> <p>10.2. Какими педагогическими технологиями в овладели?</p> <p>10.3. Реализовали ли вы в своем опыте современные подходы к педагогическому процессу и какие?</p> <p>10.4. Проанализируйте собственный опыт работы с учащимися (или их родителями) и обобщите его.</p> <p>10.5. Развили ли вы у себя профессионально значимые свойства и качества индивидуальности и личности. Какие?</p>
Решение кейс-задач	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Фонд проблемных заданий (кейсов): решение педагогических задач.
Презентация групповых проектов	Продукт коллективной работы студентов на практическом занятии. Тематика работ выдается на занятии, выбор темы осуществляется студентом (группой) самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Задания оцениваются непосредственно на занятии.	<p>Темы проектов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Применение средств ИКТ в учебной деятельности. 2. Использование социальных сетей в образовательном процессе на примере сети «Вконтакте» 3. Использование MSAccess при обучении информатике. 4. Использование программы Flowgorithm на уроке информатики для изучения блок-схем учениками. 5. Применение AdobePhotoshop при обучении информатике. 6. Психологическое здоровье детей (проблемы троллинга, буллинга, безопасности в Интернете) 5-7 классы 7. Профорентация 7-8 классы: «Твой выбор» 8. Стресс перед экзаменами 9 и 11 классы 9. Школьная успешность 10. Советы учеников учителям 11. Я в школе (что меня устраивает, что не устраивает в моей школе) 12. Высокоэффективный класс. Творчество и технологии в процессе обучения. 13. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся.

		<p>14. Общие черты и особенности стандартов обществоведческого образования в РФ и зарубежных странах (на примере США).</p> <p>15. Методы преподавания обществознания в 70-80 годах 20 века.</p> <p>16. Проблемы подготовки студентов к преподаванию обществознания на основе организации деятельности учащихся.</p> <p>17. Совершенствование учебного процесса через внеурочную деятельность.</p> <p>18. Периодическая система химических элементов.</p> <p>19. Введение в органическую химию.</p>
Разработка плана-конспекта урока	Продукт индивидуальной творческой работы студента, представляющий собой план-конспект урока по учебному предмету, соответствующему направлению подготовки. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Задания оцениваются преподавателем во время, отведенное на КСР.	Разработка плана-конспекта урока по представленному шаблону.
Защита практических заданий	Продукт индивидуальной работы студента, в результате которого он представляет усвоенные знания, умения и навыки. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Задания оцениваются непосредственно на занятии.	<p>Фонд практических заданий:</p> <p>Задание 1. Ниже приведены три определения понятия «образовательная система». Как будут различаться стратегии проектирования в зависимости от выбора того или иного определения? Что будет приоритетно являться предметом преобразования в каждом из вариантов?</p> <p>Задание 2. На основе анализа образовательных ресурсов Интернет составить перечень сайтов, которые помогут разработать методические материалы к уроку по учебному предмету.</p> <p>Задание 3. Изучите содержание представленных интернет-ресурсов учителей математики и информатики и подготовьте краткие обзоры с использованием средств ИКТ.</p> <p>Задание 4. Проанализируйте ФГОС ООО и определите содержание компонент, необходимых для проектирования образовательной программы.</p> <p>Задание 5. Разработайте памятку составителю учебного плана (образовательной программы) образовательного учреждения.</p> <p>Задание 6. Разработайте схему представления результатов выбора системы средств обучения.</p> <p>Задание 7. Вы собираетесь готовить учебный материал для обучения определенному учебному действию. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы.</p> <p>Задание 8. Вы собираетесь готовить учебный материал по определенной теме. Составьте не менее трех «хорошо определенных» целей обучения для описания результатов, которых должны достичь обучающиеся с помощью Вашей программы.</p>

Зачет	Проводится согласно графику учебного процесса на последнем занятии по модулю. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента.	Вопросы к зачету
-------	--	------------------

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Панфилова, А. П. Взаимодействие участников образовательного процесса: учеб. для бакалавров/ А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под ред. А. П. Панфиловой. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 487 с.: ил., табл., рис.. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 485-487 (44 назв.). Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)
2. Психология и педагогика в 2 ч. Часть 1. Психология : учебник для академического бакалавриата / В. А. Слостенин [и др.] ; под общ. ред. В. А. Слостенина, В. П. Каширина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)
3. Подласый, И. П. Педагогика : учебник для прикладного бакалавриата / И. П. Подласый. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Алтунина И.Р. Социальная психология (Электронный ресурс): учеб. для акад. бакалавриата. – М.: Юрайт, 2018. 1 on-line, 427 с.. - (Бакалавр). - Библиогр. в конце гл.. -. Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Дополнительная учебная литература

1. Психолого-педагогическое взаимодействие участников образовательного процесса: учеб. и практикум для акад. бакалавриата/ Моск. пед. гос. ун-т; под общ. ред. А. С. Обухова. - Москва: Юрайт, 2015. - 421, [2] с.: ил., рис., табл.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце разд. и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-9916-5232-2 Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N2(1)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общие рекомендации

При изучении дисциплины студент должен добросовестно посещать лекционные и практические занятия. В случае неявки на практические занятия по уважительной причине, в обязательном порядке должен отработать занятие по пропущенной теме.

Рекомендации по самостоятельному изучению теоретического материала и выполнения практических работ.

Программа курса предполагает достаточный объем самостоятельной работы, результаты которой проверяются на практических занятиях. Самостоятельная работа необходима студентам для углубления знаний по учебной дисциплине и предусматривает: усвоение теоретического материала рабочей программы, чтение рекомендованной литературы, подготовку к практическим занятиям. Студенту рекомендуется планировать время для самостоятельной работы в течение всего семестра, необходимо предусмотреть также регулярное повторение изученного материала. Материал, законспектированный на лекционных занятиях, требуется периодически дополнять фактами из литературных источников, рекомендованных в рабочей программе учебной дисциплины.

Самостоятельная подготовка по каждой теме разработанной рабочей программы предусматривает изучение рекомендованной литературы и составления конспекта ключевых терминов, положений и сведений, являющихся необходимыми для понимания и запоминания изучаемой темы, а также для освоения последующих разделов учебной дисциплины.

Рекомендации по работе на лекции, на практическом занятии (семинаре) и по подготовке к зачету.

Лекционные и практические занятия являются основными видами аудиторной работы. Пропуск аудиторных занятий без уважительной причины является предпосылкой для неполучения допуска к зачету обучающимся, и должны быть отработаны.

На лекционных занятиях преподаватель освещает и объясняет основные и наиболее сложные понятия изучаемой темы, а также связанные с ней практические и теоретические проблемы, предоставляет студентам перечень необходимых источников, которые нужно изучить для полного и глубокого понимания тематики, дает рекомендации к самостоятельной работе. Студенты обязаны внимательно слушать и конспектировать лекционный материал, предоставляемый преподавателем. В конспекте можно оставлять поля для последующего дополнения лекционного материала во время самостоятельной работы над темой. В ходе лекционного занятия студенты могут задавать вопросы преподавателю по теме лекции для полного понимания изложенного материала.

На практических занятиях (семинарах) освещаются наиболее важные темы и разделы учебной дисциплины. Семинары могут проводиться в форме дискуссий по проблемным темам, опроса-обсуждения вопросов к занятиям, проведения проверочных работ, а также проведения деловых игр и решения практических задач. Практические занятия необходимы для закрепления изученного материала, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, развития умений и навыков по различным разделам дисциплины, приобретения опыта устных выступлений, а также для контроля преподавателем подготовленности студентов.

В начале практического занятия преподаватель формулирует цель занятия и характеризует его основную проблематику. Занятие проводится по одной из выше

перечисленных форм. Преподаватель подводит итоги обсуждения интересующих вопросов. Семинар также может включать в себя элементы индивидуального собеседования для осуществления индивидуального контроля работы студентов; может включать оценку выполнения индивидуальных и групповых заданий.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом, который содержит задания по всему содержанию рабочей программы. К зачету допускаются студенты, которые показали положительные знания по вопросам, выносившимся на групповые занятия, не пропускали аудиторские занятия без уважительной причины, либо отработали все пропущенные занятия по форме, установленной преподавателем. Для подготовки к зачету студенту необходимо повторить и систематизировать весь изученный материал, своевременно выполнять домашние задания для отработки умений и автоматизации навыков. Рекомендуется сформировать развернутый план ответа при решении конкретной задачи. Необходимо отметить для себя пробелы в знаниях и умениях, которые требуется ликвидировать в процессе подготовки к зачету, а также вопросы, ответы на которые нужно уточнить у преподавателя.

**Алгоритм деятельности преподавателя и студентов
при подготовке реферата, доклада, выступления защите групповых проектов**

Этапы деятельности	Содержание деятельности	
	Преподаватель	Студент
Подготовка: определение темы, цели и задач задания	Мотивирует, помогает студенту в постановке коммуникативных задач	Определяет и обсуждает с преподавателем актуальность проблемы; выдвигает совместно с преподавателем гипотезу исследования
Планирование: – определение источников, способов сбора, анализа информации, способов представления результатов; – установление критериев оценки результата и процесса	Корректирует в случае необходимости деятельность студента, предлагает идеи, высказывает предположения	Формулирует задачи и разрабатывает план действий; обсуждает с преподавателем методы исследования
Сбор информации: наблюдение, работа с справочной литературой, нормативно-правовой, учебной, научной и др.	Наблюдает за деятельностью студента, косвенно руководит его исследовательской деятельностью	Собирает и систематизирует информацию по теме
Анализ информации, формулирование выводов	Корректирует деятельность студента, наблюдает, советует	Анализирует собранную информацию
Оформление работы, подготовка к представлению результатов	Консультирует в оформлении реферата и презентации	Оформляет конечные результаты
Представление задания	Оценивает результаты, процесс исследования по заранее установленным критериям	Представляет результаты исследования по заданию в форме устного представления презентации
Подведение итогов, рефлексия и оценка	Оценивает усилия, использованные и неиспользованные возможности, творческий подход студента	Участствует в коллективном обсуждении, определяет возможности для продолжения исследования

**Методические рекомендации по видам занятий
Лекция**

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические занятия

Цель освоения дисциплины – формирования базовых педагогических компетенций студентов непедагогических направлений подготовки, формирование понимания значимости профессии педагога для реализации профессиональных и личностных устремлений; обучение основам ведения педагогической деятельности, умениям проектировать современное образовательное пространство с учетом современных образовательных технологий в своей предметной области, основам педагогической рефлексии.

Общая концепция построения практических занятий

На практических занятиях в зависимости от темы занятия выполняется разбор конкретных ситуаций, решение кейс-задач, организуется дискуссия, представляются доклады с презентациями.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде: изучения литературы; эмпирических данных по публикациям и из практики работы педагога начальных классов; работы с лекционным материалом; самостоятельного изучения отдельных тем дисциплины; поиска и обзора литературы и электронных источников; чтения и изучения учебника и учебных пособий.

Подготовка к контрольным мероприятиям

Текущий контроль осуществляется в виде устных опросов, обсуждения результатов индивидуальной работы (доклад с презентацией, реферат), обсуждения результатов групповой работы (решение кейс-задач, защита групповых проектов, дискуссия) тестирования.

При подготовке к *опросу* студент должен освоить теоретический материал по блокам тем, выносимых на этот опрос.

Подготовка к *индивидуальным работам* требует от студента не только повторения пройденного материала на аудиторных занятиях, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение.

Подготовка к *групповой работе* требует от студента не только повторения пройденного материала на аудиторных занятиях, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение, поиск аргументов и контраргументов в защиту своего мнения, настройку на командную работу.

При подготовке к аудиторному *тестированию* необходимо повторить материал лекционных и практических занятий по отмеченным преподавателем темам.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

MicrosoftWindows,

MicrosoftOfficeStandart

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) доска магнитно-маркерная;
- 2) пользовательский компьютер;
- 3) проектор (стационарный) или телевизор LCD.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Модуль предпринимательский»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«МОДУЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Экономика»	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Тематика самостоятельных работ	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Кейсы	29
6.3.3 Деловые игры	33
6.3.4 Темы рефератов и презентаций	34
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	38
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	47
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	48
7.1. Основная учебная литература	48
7.2. Дополнительная учебная литература	48
7.3. Для самостоятельной работы	48
7.4. Нормативные документы	48

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	48
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	49
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	49
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	49

**Наименование дисциплины (модуля)
«МОДУЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ»**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Экономика»

Целью освоения дисциплины «Модуль предпринимательский» является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой

В результате освоения ООП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: методы управления временем, подходы к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Уметь: применять методы управления временем, подходы к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни		
Владеть: навыками управления временем, использования подходов к выстраиванию и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни		

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры: дисциплина «Модуль предпринимательский» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.08.03) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
--------------------	----------------------------------	--------------------------	-------------------------------

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6	Тайм-менеджмент	Модуль предпринимательский	Государственная итоговая аттестация
			Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	2
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	34,25
Самостоятельная работа	145,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе					
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контактная самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		
Тема 1. Бизнес-планирование и формирование команды	43,55	4	15	4	20	0,5	0,05
Тема 2. Разработка и выведение продукта на рынок	43,55	4	15	4	20	0,5	0,05
Тема 3. Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий	43,55	4	15	4	20	0,5	0,05
Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования	49,35	4	20	4	20,75	0,5	0,1
Итого	180	16	65	16	80,75	2	0,25
Контактная работа	34,25	16		16		2	0,25
Самостоятельная работа	145,75		65		80,75		
Промежуточная аттестация	зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Бизнес-планирование и формирование команды	Работа с кейсом
2.	Разработка и выведение продукта на рынок	Работа с кейсами
3.	Охрана	Деловая игра

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	интеллектуальной собственности и трансфер технологий	
4.	Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования	Работа с кейсом

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Бизнес-планирование и формирование команды	Разработка бизнес-модели группового проекта
2.	Разработка и выведение продукта на рынок	Выявление противоречий продукта по теории развития изобретательских задач. Выявление потребителей группового проекта
3.	Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий	Разработка плана управления интеллектуальной собственностью группового проекта
4.	Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования	Оценка инвестиционной привлекательности и разработка финансовой модели группового проекта

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Бизнес-планирование и формирование команды	Разработка бизнес-модели группового проекта
2.	Разработка и	Выявление противоречий продукта по теории развития

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	выведение продукта на рынок	изобретательских задач. Выявление потребителей группового проекта
3.	Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий	Разработка плана управления интеллектуальной собственностью группового проекта
4.	Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования	Оценка инвестиционной привлекательности и разработка финансовой модели группового проекта

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций	
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине
Тема 1. Бизнес-планирование и формирование команды	УК-6	Кейс, реферат	тестирование
Тема 2. Разработка и выведение продукта на рынок	УК-6	Кейс, реферат	тестирование
Тема 3. Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий	УК-6	Деловая игра, реферат	тестирование
Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования	УК-6	Кейс, реферат	тестирование

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-6
Этап формирования	Содержание этапа
1	Способен управлять своим временем
2	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни		
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает основы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Умеет управлять своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Владеет методами выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий,	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с

<p>которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>
--	---	--	---

Шкала оценивания компетенций

<p>Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции</p>	<p>Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции</p>	<p>Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции</p>
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тестовые задания

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов		Правильные ответы	Сложность вопроса		
Multiple Selection	Основные элементы бизнес-плана?	Риски	Доходы	1,3	2		
		Компетенции	Продвижение				
Comparison	Сопоставьте основные элементы бизнес-модели:	Ценностное предложение	Скорость обращения ресурсов			1, 2-3, 3-1, 4-2	3
		Ключевые процессы	Информация				
		Формула прибыли	Размер возможностей для инвестиций (нормы)				
		Ключевые ресурсы	Предложения, удовлетворяющие потребности.				
Comparison	Сопоставьте названия структурных блоков с их определением (описанием):	Потоки поступления доходов	отражает те преимущества, которые получит клиент, воспользовавшись продуктом или услугой данной компании	1-3, 2-1, 3-4, 4-2	3		
		Ценностное предложение	характер отношений с клиентами в				

			зависимости от решаемых компанией задач: приобретение клиентов; удержание клиентов; увеличение продаж.						
		Структура издержек	материальная прибыль, которую компания получает от каждого потребительского сегмента.						
		Взаимоотношения с клиентами	это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели.						
Shortanswer	Бизнес-модели, относящиеся к предложению товаров широкого потребления, не делают различий между ... сегментами.			Потребителями	2				
SingleSelection	Что НЕ относится к основным и видам ресурсов?	<table border="1"> <tr> <td>Интеллектуальные ресурсы</td> </tr> <tr> <td>Финансы</td> </tr> <tr> <td>Энергетические ресурсы</td> </tr> <tr> <td>Материальные ресурсы</td> </tr> </table>		Интеллектуальные ресурсы	Финансы	Энергетические ресурсы	Материальные ресурсы	3	1
Интеллектуальные ресурсы									
Финансы									
Энергетические ресурсы									
Материальные ресурсы									

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса
-------------	---------------	------------------	-------------------	-------------------

Multiple Selection	Командный дух предполагает:	Отсутствие лидера;		2,3	2
		Чувство общности;			
		Четкое выполнение инструкций.			
Comparison	Сопоставьте этапы формирования проектной команды:	Этап первый	Подбор участников, распределение ролей	2,3,4,5	3
		Этап второй	Создание ядра команды		
		Этап третий	Формирование командного духа и субкультуры команды		
		Этап четвертый	Формирование стратегии команды		
Comparison	Почему лучше работать в команде?	Экономия времени		2	3
		Возможность услышать критику			
		Отсутствие споров			
Short answer	Командный лидер — это умелый ..., способный и готовый формировать команду единомышленников, не предполагающую безусловное подчинение или однозначное согласие с его мнением.			организатор	2
Single Selection	Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе:	Работники парикмахерской;			
		Пассажиры поезда;			
		Студенческий совет;			
		Рабочие строительной бригады.			

Тема 2.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать
------	--

	траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
--	--

Тестовые задания

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание						
MultipleSelection	Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:	<table border="1"> <tr><td>Изучение рынка</td></tr> <tr><td>Разработка продукта</td></tr> <tr><td>Обслуживание и поддержка</td></tr> <tr><td>Вывод на рынок</td></tr> <tr><td>Продажи</td></tr> <tr><td>Утилизация</td></tr> </table>	Изучение рынка	Разработка продукта	Обслуживание и поддержка	Вывод на рынок	Продажи	Утилизация	1, 2, 4, 5, 3, 6	1	Традиционный жизненный цикл продукта
Изучение рынка											
Разработка продукта											
Обслуживание и поддержка											
Вывод на рынок											
Продажи											
Утилизация											
SingleSelection	Стадии жизненного цикла товара (выберите лишнее):	<table border="1"> <tr><td>Выход на рынок</td></tr> <tr><td>Спад</td></tr> <tr><td>Рост</td></tr> <tr><td>Зрелость</td></tr> <tr><td>Обзвон клиентов</td></tr> </table>	Выход на рынок	Спад	Рост	Зрелость	Обзвон клиентов	5	1	Стадии жизненного цикла товара	
Выход на рынок											
Спад											
Рост											
Зрелость											
Обзвон клиентов											
MultipleSelection	Взаимодействие рынка и продукта описывается следующим циклом (расставьте стадии в правильном порядке):	<table border="1"> <tr><td>Выход на рынок</td></tr> <tr><td>Разработка нового продукта</td></tr> <tr><td>Создание новой технологии или бизнес модели</td></tr> <tr><td>Появление требований по улучшению</td></tr> <tr><td>Запрос на изменения</td></tr> </table>	Выход на рынок	Разработка нового продукта	Создание новой технологии или бизнес модели	Появление требований по улучшению	Запрос на изменения	3, 2, 4, 5, 1	1	Взаимодействие продукта и рынка описывается следующим циклом	
Выход на рынок											
Разработка нового продукта											
Создание новой технологии или бизнес модели											
Появление требований по улучшению											
Запрос на изменения											
SingleSelection	Преимущества модели водопада являются (выберите лишний ответ)	<table border="1"> <tr><td>Очень подробное документирование процесса на каждой стадии</td></tr> <tr><td>Требования к продукту четко</td></tr> </table>	Очень подробное документирование процесса на каждой стадии	Требования к продукту четко	5	1	Преимущества модели водопада				
Очень подробное документирование процесса на каждой стадии											
Требования к продукту четко											

		определены			
		Снижение требований к квалификации разработчиков			
		Страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию			
		Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе интеграций			
MultipleSelection	Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишнее)	Не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема	3	1	Недостатки метода гибкой модели разработки
		Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки			
		Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях			
		Менее подробная документация и стандартизация продукта			
SingleSelection	Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (выберите правильный ответ):	Привлечь финансирование в проект	2	1	Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы
		Устранить противоречие и решить проблему, содержащую это противоречие			

		Получить патент на изобретение			
		Начать разработку продукта			
SingleSelection	Основным принципом теории ограничений является (выберите правильный ответ):	Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов	2	1	Основной принцип теории ограничений
		В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место			
		Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства			
		Прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек			
SingleSelection	Теория сложного сечения (выберите верный ответ):	Ограничение на входе и на выходе	4	1	Теория сложного сечения (выберите верный ответ):
		Нет ограничений на входе и выходе			
		Ограничения на входе и нет ограничения на выходе			
		Нет ограничения на входе и			

		есть ограничение на выходе			
ShortAnswer	Теория ограничений оперирует термином «_», при этом это может быть поток сырья, финансов, продукции, и т. п.		поток	2	Теория ограничений оперирует термином
SingleSelecti on	ТРИЗ как методология изобретательства была предложена ___ (1926–1998). Это советский (а позднее российский) инженер-изобретатель, писатель-фантаст, который разработал ТРИЗ, используя собственный изобретательский опыт и наблюдения за работой других изобретателей	Генрихом Сауловичем Альтшуллером Стивом Бланком Питером Ньюманом Бобом Дорфом	1	2	Основоположник ТРИЗ

Тема 3.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тестовые задания

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
SingleSelection	Выберите верную расшифровку аббревиатуры ИС:	<p>Информационная система</p> <p>Интеллектуальная система</p> <p>Интеллектуальная собственность</p> <p>Интеллектуальная система</p>	3	1	Выберите верную расшифровку аббревиатуры ИС:
SingleSelection	Выберите верное утверждение:	<p>Интеллектуальная собственность – это права на те или иные нематериальные результаты человеческого труда.</p> <p>Интеллектуальная собственность – это важнейшее понятие патентного права.</p> <p>Интеллектуальная собственность – это права на те или иные материальные результаты человеческого труда.</p> <p>Интеллектуальная собственность – это интеллектуальные права на произведения науки, музыки, литературы.</p>	1	1	Выберите верное утверждение:

MultipleSe lection	Виды систем патентирования:	Традиционная (национальная) система Европейская система Региональная система Нетрадиционн ая система Евразийская система Международна я система	1, 3, 6	2	Виды систем патентирования:
MultipleSe lection	Укажите верные отличия авторских прав от патентных:	Авторское право охраняет результат литературного, научного, художественно го творчества. Патентное право охраняет результат литературного, научного, художественно го творчества. Презумпция авторства: автором в авторском праве считается тот, кто указа на оригинале или экземпляре произведения, пока не доказано обратное Авторское право охраняет не все творческие результаты, а лишь те, которые являются оригинальным и, не повторяющимися	1, 2, 3	3	Укажите верные отличия авторских прав от патентных:

		ся при параллельном творчестве			
		Презумпция авторства: автором в патентном праве считается тот, кто указан в патенте, пока не доказано обратное			
MultipleSelection	Какая из процедур длится 30 месяцев?	Парижская процедура	1, 3	2	Какая из процедур длится 30 месяцев?
		Процедура РТТ			
		Процедура РСТ			
		Международная процедура			
MultipleSelection	Процедура патентирования. Поставьте в правильном порядке шаги:	Составление заявки на получение патента и подача заявки в патентное ведомство	2, 3, 1, 5, 4	3	Процедура патентирования. Поставьте в правильном порядке шаги:
		Формируем суть разработки			
		Обращаемся к патентному специалисту			
		Выдача патента			
		Проведение патентным ведомством сначала формальной экспертизы заявки, а затем ее экспертизы по существу			
SingleSelection	Патентный поиск - это	Процесс выявления и отбора НЕ соответствующих запросу сведений по	2	1	Патентный поиск - это

		<p>одному или нескольким признакам из источников патентной информации.</p> <p>Процесс выявления и отбора соответствующих запросу сведений по одному или нескольким признакам из источников патентной информации.</p> <p>Процесс</p>			
ShortAnswer	<p>— чистота — важнейшее условие конкурентоспособности продукта, обеспечивающее возможность свободного использования объекта в какой-либо стране без нарушения действующих на ее территории исключительных прав третьих лиц.</p>		Патентная	3	<p>— чистота — важнейшее условие конкурентоспособности продукта, обеспечивающее возможность свободного использования объекта в какой-либо стране без нарушения действующих на ее территории исключительных прав третьих лиц.</p>
MultipleSection	<p>Ноу-хау является самым специфическим объектом ИС. Охрана разработки в</p>	<p>Непатентоспособность разработки выявляется <input type="checkbox"/> на стадии ее раскрытия.</p>	2, 4, 5, 6	3	<p>Ноу-хау является самым специфическим объектом ИС. Охрана разработки в</p>

	<p>режиме ноу-хау может являться предпочтительной в случае, когда: (выберите верные варианты)</p>	<p>Нужен более длительный срок охраны</p> <p>Разработка заведомо патентноспособна и доведена до патентноспособной стадии.</p> <p>Разработка заведомо непатентноспособна или еще не доведена до патентноспособной стадии.</p> <p>Разработка воплощена в продукте таким образом, что она не доступна или трудно-доступна для «обратного инжиниринга».</p> <p>Непатентоспособность разработки выявляется до ее раскрытия.</p>			<p>режиме ноу-хау может являться предпочтительной в случае, когда: (выберите верные варианты)</p>
	<p>Для того чтобы извлекать преимущества из имущественных интеллектуальных прав, их надо сначала получить. Какими юридическими способами приобретаются и коммерциализируются эти права? Существует два возможных направления коммерциализации ИС:</p>	<p>Можно продавать товар (услугу), в котором воплощена ИС (или который производится/продается с помощью использования ИС)</p> <p>Можно «продавать» саму ИС – посредством отчуждения или предоставления имущественны</p>	1, 2	2	<p>Для того чтобы извлекать преимущества из имущественных интеллектуальных прав, их надо сначала получить. Какими юридическими способами приобретаются и коммерциализируются эти права? Существует два возможных направления коммерциализации ИС:</p>

		х прав на ее использование			
		Нельзя «продавать» саму ИС – посредством отчуждения или предоставления имущественных прав на ее использование			
		Нельзя продавать товар (услугу), в котором воплощена ИС (или который производится/п рождается с помощью использования ИС)			

Тема 4.
Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тестовые задания

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса	Описание
SingleSelection	Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего	Выручка.	3	1	Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?
		Прибыль.			
		Дивиденды.			
		Затраты.			

	средства в инновационный проект?				
SingleSelection	Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?	Соотношение прибыли и средств, инвестируемых в проект.			Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?
		Соотношение инвестиционных затрат и прибыли по проекту.			
		Соотношение чистого дисконтированного дохода и средств, инвестируемых в проект.			
		Соотношение прибыли и чистого дисконтированного дохода			
SingleSelection	Укажите первый этап оценки экономической эффективности для проекта, который имеет общественную значимость.	Оценка коммерческой эффективности проекта.			Укажите первый этап оценки экономической эффективности для проекта, который имеет общественную значимость.
		Оценка эффективности собственного капитала.			
		Оценка общественной эффективности.			
		Оценка собственной эффективности в проекте.			
Shortanswer	Суммарное сальдо трех потоков по шагам расчетного периода составляет: 0, 100, 300, -200, 500. Соответствует ли такой поток денежных средств условиям финансовой реализуемости проекта? (да/нет)		да	2	Суммарное сальдо трех потоков по шагам расчетного периода составляет: 0, 100, 300, -200, 500. Соответствует ли такой поток денежных средств условиям финансовой реализуемости проекта? (да/нет)

	реализуемости проекта? (да/нет)				
Single Selection	Рентабельность инвестиций определяется как отношение:	Выручки к величине инвестиционных затрат.			Рентабельность инвестиций определяется как отношение:
		Среднегодовой прибыли к сумме вложений в инвестиции.			
		Суммы годовых чистых денежных поступлений к сумме чистых инвестиций на начало каждого года.			
		Выручки к сумме вложений в инвестиции.			
Single Selection	Дисконтирование представляет собой:	Процесс расчета будущей стоимости денежных средств, инвестируемых сегодня.			Дисконтирование представляет собой:
		Определение текущей стоимости денежных средств, планируемых к получению в будущих периодах.			
		Финансовая операция, предполагающая регулярный взнос денежных средств для накопления определенной суммы в будущем.			
		определение планируемых затрат в будущий период			
Comparison	в формуле денежного потока соотнесите величину и ее значение :	NCF	1-3,2-1,3-1	денежные поступления	в формуле денежного потока соотнесите величину и ее значение :
		CIF		выплаты по проекту	
		COF		чистый денежный поток	
Short answer	промежуток времени от момента начала реализации проекта до его завершения, за который рассчитываются планируемые затраты и		Расчетный период проекта	2	промежуток времени от момента начала реализации проекта до его завершения, за который рассчитываются планируемые затраты и результаты проекта при определении его эффективности.

	результаты проекта при определении его эффективности.				
Shortans wer	разность между притоком (поступлением) и оттоком (выплатами) денежных средств на каждом шаге расчета ² .		Денежный поток	2	разность между притоком (поступлением) и оттоком (выплатами) денежных средств на каждом шаге расчета ² .
Shortans wer	характеризует соотношение дисконтированных денежных потоков поступлений и выплат в течение расчетного периода проекта.		Прибыльность	2	характеризует соотношение дисконтированных денежных потоков поступлений и выплат в течение расчетного периода проекта.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

– 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Кейсы

Тема 1. Бизнес-планирование и формирование команды

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Кейс «Цветочный рай»

Компания «Цветочный рай» — это стартап, представляющий собой интернет-платформу по продаже цветов, цветочных композиций, фруктовых букетов и т. п. Платформа работает с сегментами B2C (покупатели, частные производители/дизайнеры/флористы) и B2B (организации). Численность стартапа — три человека, находится в Санкт-Петербурге. Бизнесидея стартапа — предоставление сервиса для покупки уникальных дизайнерских композиций из цветов и фруктов. Для частных заказов сервис будет бесплатным, для мастеровизготовителей — платным.

Задание:

Опираясь на кейс компании «Цветочный рай», сформируйте шаблон бизнеса. Построение бизнесмодели мы начинаем справа налево, двигаясь от потребительских сегментов к структуре издержек и доходов, последовательно прорабатывая каждый блок канвы. Необходимо ответить на вопросы таблицы 1, формируя каждый блок бизнес-модели, ориентируясь на таблицу и заполняя шаблон бизнесмодели, приведенный в теоретической части. Блоки шаблона бизнесмодели, необходимые для заполнения:

1. Потребительские сегменты.
2. Ценностное предложение.
3. Каналы сбыта.
4. Взаимоотношения с клиентами.
5. Потоки поступления дохода.
6. Ключевые ресурсы.
7. Ключевые виды деятельности.
8. Ключевые партнеры.
9. Структура издержек.

Тема 2. Разработка и вывод продукта на рынок

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Кейс «Роботикум»

На этапе финальной полировки при производстве турбинных лопаток во всем мире используется ручной труд. Это связано с тем, что задача программирования робота, способного учитывать различные факторы (гибкость полировочной ленты, исходные шероховатости поверхности и пр.) для адаптивного управления обработкой, в мире пока не решена. Санкт-Петербургская компания «Роботикум» разработала сложные нелинейные алгоритмы обратной связи, которые позволяют создать роботизированную ячейку для полировки турбинных лопаток. В настоящее время работоспособность алгоритмов продемонстрирована на примере модели «бабочка» — управление удержанием шарика на поверхности сложной формы, с которой шарик скатывается.

Задание: Определите, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум».

Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Кейс «Обоснование экономической целесообразности реализации проекта»

Известный профессор в области лазерной физики изобрел новый подход к производству игл для микроскопов. Вместе со своим учеником они обдумывают возможность начать инновационный проект, ориентированный на организацию производства данного изобретения. Затраты на патентование, по их оценкам, составят 300 тысяч рублей. Команда предполагает, что предприятие займет стабильное финансовое положение, рентабельность активов от текущей деятельности по их расчетам должна составить в среднем 20%. Профессор предполагает привлечь к продвижению данной продукции своего коллегу (маркетолога), имеющего опыт продвижения данной продукции на рынок. Профессор пообещал своему коллеге-маркетологу 5% от доли компании в качестве опциона в случае достижения прогнозируемого ниже объема продаж. Проведенный маркетинговый анализ рынка дает следующий прогноз продаж на первые три года освоения рынка

ПРОГНОЗ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ

Годы реализации проекта Прогнозируемые объемы продаж, тыс. шт.

1-й 30

2-й 35

3-й 45

Опыт деятельности предприятия показывает, что цена на подобную продукцию в среднем может составить 600 рублей. Со второго года прогнозируется появление на рынке конкурентов, что вынудит снизить исходную цену на 5%, но позволит сохранить планируемые объемы продаж.

Для организации производства планируется приобрести технологическое оборудование общей стоимостью 600 тысяч рублей и оборотные средства в размере 100

тысяч рублей. Производство планируется организовать на арендуемых площадях. При этом арендная плата составит 100 тысяч рублей в месяц. Для текущего производства продукции необходимы следующие затраты:

сырье и материалы — 200 рублей/шт.;

основная зарплата производственного персонала — 150 рублей/шт.;

накладные расходы — 2 000 тысяч рублей в год;

оплата торгового персонала — 50 рублей за единицу реализованной продукции.

В последний год проекта планируется продать технологическое оборудование по остаточной стоимости. Размер амортизационных отчислений определяется из условий эксплуатации оборудования в течение пяти лет. Величина отчислений во внебюджетные фонды составляет 30,2%. В расчет принимается только налог на прибыль в размере, установленном законодательными актами на период выполнения расчетов по проекту (на настоящий момент — 20% от налогооблагаемой прибыли). Все инвестиции предполагается провести на предынвестиционной стадии проекта до начала производства новой продукции.

Для осуществления производственной деятельности необходимо определить состав и величину производственно-сбытовых затрат, формирующих себестоимость выпускаемой продукции. При этом выделить две группы затрат: переменные и постоянные. Общая величина затрат на производство и сбыт продукции формирует полную себестоимость, которая может быть рассчитана на единицу и на объем выпуска продукции по годам расчетного периода проекта. Для определения доходной части проекта рассчитывается выручка от реализации продукции как произведение цены за единицу продукции на объем продаж в количественном выражении.

Цена первого года проекта устанавливается в размере 600 рублей. По результатам маркетингового прогноза со второго года проекта предполагается появление на рынке конкурентов с аналогичной продукцией. Для сохранения планируемого объема продаж предприятие предполагает снизить исходную цену на 5% и сохранить эту величину на второй и третий год реализации проекта.

На основе проведенных оценок инвестиционных единовременных затрат, текущих производственно-сбытовых затрат и выручки от продажи реализованной продукции составляется план денежных потоков, который отражает реальные поступления и выплаты денежных средств по проекту, осуществляемые в установленные интервалы времени, в данном проекте — по годам расчетного периода. Расчет показателей плана денежных потоков проводится по видам деятельности, которые осуществляет каждое предприятие — операционной, инвестиционной и финансовой. Разница между поступлениями и выплатами формирует чистый денежный поток — сальдо реальных денежных средств. В таблице денежных потоков поступления отражаются в виде положительной величины, а выплаты денежных средств — в виде отрицательной величины.

При расчете показателей денежного потока необходимо учесть налоговые выплаты. В данном проекте учитывается только налог на прибыль. Налогооблагаемая прибыль рассчитывается как разница между поступлениями (выручкой) по проекту и выплатами (себестоимостью продукции). Чистая прибыль рассчитывается как разность между налогооблагаемой прибылью и налогом на прибыль. Отдельной строкой в плане денежных потоков выделяется величина амортизационных отчислений. Это связано с тем, что эти средства реально не покидают предприятие, а формируют амортизационный фонд, который может быть использован в дальнейшем как источник для финансирования инвестиций. Сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений и формирует чистый денежный поток по проекту, т. е. тот доход, который и остается в распоряжении предприятия.

Показатели, которые используются для расчета денежных потоков, являются исходной информационной базой для оценки коммерческой эффективности проекта.

Экономический эффект на ранних стадиях проработки проекта оценивается путем анализа следующих показателей: критического объема производства (точки безубыточности), рентабельности инвестиций, срока окупаемости. Оценка экономической эффективности в динамике предполагает расчет и анализ следующих показателей: чистой текущей стоимости, индекса доходности, дисконтированного срока окупаемости, внутренней нормы рентабельности проекта. Для расчета этих показателей нужно определить минимально требуемую норму доходности (норму дисконта — R), которую должен приносить проект, по мнению инициаторов или предполагаемых инвесторов проекта. Эта норма дисконта может учитывать величину риска по проекту. На окончательном этапе оценки готовится ана-

литическое заключение по всем рассчитанным показателям эффективности, выявляются возможные противоречия между ними и принимается окончательное решение о целесообразности реализации проекта.

Вопросы для обсуждения по кейсу «Обоснование экономической целесообразности реализации проекта»

1. Определите состав и величину инвестиционных затрат по проекту.
2. Какие еще виды затрат, кроме указанных в описании, можно отнести к инвестиционным?
3. Рассчитайте производственно-сбытовые затраты по проекту, определите себестоимость в расчете на единицу продукции и по годам расчетного периода проекта.
4. Проведите расчеты выручки от продажи продукции проекта, основываясь на прогнозах продаж и конъюнктуре цен.
5. Назовите факторы окружающей среды проекта, которые могут повлиять на величину выручки от реализации продукции.
6. Проведите расчеты денежных потоков поступлений и выплат за весь период реализации проекта.
7. Как вы оцениваете жизнеспособность проекта по результатам прогноза денежных потоков? Какой показатель является критерием экономической целесообразности проекта на данном этапе его оценки?
8. Проведите расчеты показателей эффективности проекта методами статической оценки. Охарактеризуйте полученные значения. Насколько полно эти показатели характеризуют инвестиционную привлекательность проекта?
9. Рассчитайте дисконтированные показатели эффективности проекта. С каких позиций они характеризуют проект? Объясните наличие возможных противоречий между ними.
10. На основании проведенных расчетов показателей эффективности определите экономическую целесообразность и инвестиционную привлекательность реализации проекта. Аргументируйте свои выводы.

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задание к кейсу выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задание к кейсу выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, есть анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задание выполнено не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задание не выполнено.
Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Деловые игры

Тема 3. Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Деловая игра «Подготовка сделки по лицензированию разработки, лежащей в основе группового проекта»

В данной игре ваша задача — проработка возможности использования бизнес-модели «Лицензирование» для вашего проекта. Игра состоит из двух этапов. 1й этап игры — подготовительный

На первом этапе должно пройти распределение ролей и подготовка к основному этапу в соответствии с распределением. Все слушатели в группе делятся на три команды:

1. Команда правообладателя инновационной технологии, т. е. команда потенциального «продавца» разработки (лицензиара).
2. Команда потенциального «покупателя» разработки (лицензиата).
3. Команда техноброкера.

В качестве смыслового центра игры выбирается одна разработка: в частности, это может быть технология вашего группового проекта.

На подготовительном этапе каждая из команд самостоятельно (независимо от других команд) формулирует справедливые (на ее взгляд) условия лицензионного договора (оферту, коммерческое предложение) по всем обязательным

пунктам, а также по тем факультативным пунктам, по которым она считает необходимым, с мотивировкой каждого из предлагаемых условий. Помимо материалов данной темы при проведении подготовительной работы командам рекомендуется пользоваться поиском в сети Интернет отраслевых ставок роялти и подобрать оптимальную ставку в зависимости от предметной фокусировки проекта.

2 этап представляет собой двусторонние переговоры команды лицензиара и команды лицензиата. В ходе переговоров стороны оглашают свои условия (выработанные на этапе подготовки к игре) и мотивируют их. Техноброкер и его команда выполняют роль посредника (медиатора и модератора переговоров), основной задачей которого является достижение общей игровой цели за счет

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задание к деловой игре выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «хорошо» - выставляется студенту, если задание к деловой игре выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, есть анализ полученного решения

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание выполнено не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задание не выполнено. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.4 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других

информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1. Бизнес-планирование и формирование команды

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Темы рефератов

Тема 1 Стили управления

Тема 2 Виды бизнес-моделей

Тема 2. Разработка и выводение продукта на рынок

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Темы рефератов

Тема 1 Теория ограничений в разработке продукта

Тема 2 Внешние и внутренние факторы потребительского поведения

Тема 3. Охрана интеллектуальной собственности и трансфер технологий

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение
------	--

	всей жизни
--	------------

Темы рефератов

Тема 1 Охрана интеллектуальной собственности в режиме «Ноу-хау»

Тема 2 Привлечение индустриальных партнеров для производства инновационного продукта.

Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности и инструменты привлечения финансирования

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Темы рефератов

Тема 1: Краудфандинг как способ привлечения финансирования к предпринимательскому проекту

Тема 2: Управление финансовыми рисками предпринимательского проекта

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отв	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отв
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логична и не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 2 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы	Использованы	Использованы	Широко использованы

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отв	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отв
	технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	технологии Power Point. Не более 2 ошибок представляемой информации	технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопро	Ответы на вопросы полные и/или части полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэтапного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ol style="list-style-type: none"> 1. круг, полнота использования литературных источников по проблеме; 2. привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу;

Критерии	Показатели
требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено»**, **«незачтено»**.

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Вопросы к зачету:

- Инновация — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде:
- Сопоставьте классификации инновации:
- Сопоставьте классификации инновации:
- Какие инновации исключают выполнение какой-либо операции или даже этапов производственного процесса и не заменяют ее новой операцией или процессом?

- К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:
- Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?
- К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится:
- ... инновации создают такие значительные изменения в процессах, продуктах или услугах, что приводят к трансформации существующих рынков или отраслей или же создают новые рынки и отрасли.
- Что относится к примерам «подрывных инноваций»?
- Сопоставьте примеры инновации по уровню новизны:
- Командный дух предполагает:
- Сопоставьте этапы формирования проектной команды:
- Почему лучше работать в команде?
- Командный лидер — это умелый ..., способный и готовый формировать команду единомышленников, не предполагающую безусловное подчинение или однозначное согласие с его мнением.
- Что из нижеперечисленного НЕ относится к малой группе:
- Что относится к командному лидеру:
- При формировании команды НЕ нужно:
- Группа (малая группа) — немногочисленная ... людей, обладающая структурой и объединенная общей целью деятельности, члены которой взаимодействуют друг с другом.
- Основные черты малой группы:
- К заповедям формирования командного духа относятся:
- Лидер появляется и формируется в группе, лишь ... с другими людьми.
- Работа в команде имеет следующее преимущество:
- Основные элементы бизнес-плана?
- Сопоставьте основные элементы бизнес-модели:
- Сопоставьте названия структурных блоков с их определением (описанием):
- Бизнес-модели, относящиеся к предложению товаров широкого потребления, не делают различий между ... сегментами.

- Что НЕ относится к основными видам ресурсов?
- Бизнес-модель – это:
- Что НЕ относится к основным методам генерирования бизнес-идей:
- Основные элементы любой бизнес-модели:
- Сопоставьте названия структурных блоков с основными вопросами, на которые они отвечают:
- Что НЕ относится к методам сбора качественных данных?
- Сопоставьте основные виды маркетинговых исследований с их сутью:
- Сопоставьте основные элементы микросреды с их описанием:
- Как называются фирмы, которые оказывают услуги в продвижении, сбыте, распространении товаров среди клиентуры?
- Что относится с параметрам привлекательности сегмента?
- К этапам маркетингового исследования НЕ относятся:
- Специфика подхода к организации продаж (и в том числе к коммуникационной политике) обусловлена следующими факторами:
- Комплекс маркетинга — это набор поддающихся контролю ... факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка.
- Классический комплекс маркетинга включает составляющие:
- Сопоставьте элементы микросреды с их определением:
- Задача продажи абсолютно нового продукта в сегменте ... рассматривается в двух аспектах: продажа дистрибьютору (оптовику, рознице) и действия, направленные на конечного потребителя.
- Стадии жизненного цикла товара (вычеркните ненужное):
- Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:
- Сопоставьте основные элементы микросреды с их описанием:
- Как называются фирмы, которые оказывают услуги в продвижении, сбыте, распространении товаров среди клиентуры?
- Что относится с параметрам привлекательности сегмента?
- К этапам маркетингового исследования НЕ относятся:

- Специфика подхода к организации продаж (и в том числе к коммуникационной политике) обусловлена следующими факторами:
- Комплекс маркетинга — это набор поддающихся контролю ... факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка.
- Классический комплекс маркетинга включает составляющие:
- Сопоставьте элементы микросреды с их определением:
- Задача продажи абсолютно нового продукта в сегменте ... рассматривается в двух аспектах: продажа дистрибьютору (оптовику, рознице) и действия, направленные на конечного потребителя.
- Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:
- Стадии жизненного цикла товара (выберите лишнее):
- Взаимодействие рынка и продукта описывается следующим циклом (расставьте стадии в правильном порядке):
- Преимуществами модели водопада являются (выберите лишний ответ)
- Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишнее)
- Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (выберите правильный ответ):
- Основным принципом теории ограничений является (выберите правильный ответ):
- Теория сложного сечения (выберите верный ответ):
- Теория ограничений оперирует термином «_», при этом это может быть поток сырья, финансов, продукции, и т. п.
- ТРИЗ как методология изобретательства была предложена ___ (1926–1998). Это советский (а позднее российский) инженер-изобретатель, писатель-фантаст, который разработал ТРИЗ, используя собственный изобретательский опыт и наблюдения за работой других изобретателей
- Потребность (с точки зрения психологии) – это:
- Расположите формы потребности в порядке развития
- Какой из барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?
- Алгоритм Customer Development (расположите в нужном порядке):

- Как эффективнее всего снизить высоту барьера неплатежеспособности (товар – 3-комнатная квартира):
- Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?
- Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки)
- В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товарной группы и товарной марки
- ___ -препятствия, не позволяющие субъекту сформировать и предъявить запрос.
- Внешние барьеры (дальнего окружения). Выберите лишнее:
- Выберите верную расшифровку аббревиатуры ИС:
- Выберите верное утверждение:
- Виды систем патентирования:
- Укажите верные отличия авторских прав от патентных:

- Какая из процедур длится 30 месяцев?
- Процедура патентирования. Поставьте в правильном порядке шаги:
- Патентный поиск - это
- ___ чистота — важнейшее условие конкурентоспособности продукта, обеспечивающее возможность свободного использования объекта в какой-либо стране без нарушения действующих на ее территории исключительных прав третьих лиц.

- Ноу-хау является самым специфическим объектом ИС. Охрана разработки в режиме ноу-хау может являться предпочтительной в случае, когда: (выберите верные варианты)

- Для того чтобы извлекать преимущества из имущественных интеллектуальных прав, их надо сначала получить. Какими юридическими способами приобретаются и коммерциализируются эти права? Существует два возможных направления коммерциализации ИС:

- Что понимают под трансфером технологий?
- Выберите верные классификации лицензий по форме правовой охраны объекта интеллектуальной собственности:
- Выберите верные утверждения:
- Выберите верные классификации лицензий по условиям предоставления прав:
- Верны ли следующие утверждения?
- Неисключительная лицензия может предполагать N лицензиатов.
- Исключительная лицензия предполагает единственного лицензиата.
- Выберите верное определение.
- Перекрестные лицензии — это
- Ключевые методы определения стоимости разработки для формирования цены лицензионного договора:
- ___ платёж – как правило, твердая сумма, величина которой не поставлена в зависимость от каких-либо переменных, в том числе от экономических результатов использования лицензиатом объекта интеллектуальной собственности, выплачиваемая в один или несколько приемов на ранней стадии действия лицензионного договора.
- ___ - как правило, лицензионное вознаграждение, величина которого привязана к какой-либо переменной и выплата которого осуществляется с определенной периодичностью в течении всего срока действия лицензионного договора.
- Выберите формулу расчета лицензии с использованием роялти:
- что такое бутстреппинг - ?
- распределите стадии развития инновационной компании
- ...- это привлечение финансовых ресурсов от практически неограниченного числа людей для реализации продукта или услуги, проведения различных мероприятий, социальных, креативных или бизнес-проектов и др
- Гранты не облагаются налогом на прибыль, если соблюдаются следующие условия:
- В формуле денежного потока соотнесите величины и их значения:
- $NCF = CIF - COF$

- что относится к доступным способам первоначального финансирования при использовании бутстреппинга ?
- Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:
- Расставьте основные источники финансирования инновационной деятельности в порядке возрастания доступного объема финансирования:
- венчурное финансирование относится:
- Что из перечисленного не является особенностью бизнес-ангельского финансирования инновационной деятельности?
- Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?
- Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?
- Укажите первый этап оценки экономической эффективности для проекта, который имеет общественную значимость.
- Суммарное сальдо трех потоков по шагам расчетного периода составляет: 0, 100, 300, –200, 500. Соответствует ли такой поток денежных средств условиям финансовой реализуемости проекта? (да/нет)
- Рентабельность инвестиций определяется как отношение:
- Дисконтирование представляет собой:
- в формуле денежного потока соотнесите величину и ее значение :
- промежуток времени от момента начала реализации проекта до его завершения, за который рассчитываются планируемые затраты и результаты проекта при определении его эффективности.
- разность между притоком (поступлением) и оттоком (выплатами) денежных средств на каждом шаге расчета².
- характеризует соотношение дисконтированных денежных потоков поступлений и выплат в течение расчетного периода проекта.
- Анализ рисков инновационного проекта представляет собой:
- Риски забастовок персонала предприятия следует отнести к:
- Неправильное определение целевой аудитории, неудачная рекламная кампания, неправильный прогноз спроса на услуги следует отнести к:

- Технические неполадки используемого на производстве электрооборудования, бытовых приборов, сантехнического оборудования следует отнести к:
- Возникновение недовольства среди жителей района расположением гостиницы, которую вы построили, следует отнести к:
- Риск роста темпов инфляции, сопровождающий ваш проект, следует отнести к:
- это процедуры выявления, определения, идентификации и приоритизации, сопровождаемые эффективным использованием ресурсов с тем, чтобы: (1) контролировать и минимизировать вероятность и/или воздействие неприятного события или (2) максимизировать реализацию возможностей.
- возможность того, что какое-либо событие произойдет и негативно скажется на достижении цели.
- соотнесите риски с предложенными примерами
- сопоставьте процедуры управления рисками с порядком их выполнения
- Чем отличаются лифтовая презентация, презентация идеи и презентация для привлечения инвестиций?
- Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов?
- Каковы должны быть основные требования к презентации, чтобы слушатели не уснули?
- Какое основное действие должен осуществлять маркетолог во время проведения проблемного интервью?
- Наиболее сильные акценты необходимо расставить при представлении:
- С чего начинать построение структуры презентации?
- Краткая презентация идеи, проекта, команды и т. д.
- соотнесите название презентации и ее описание
- соотнесите структуры презентации и примеры
- Какая информация является ключевой для лиц, принимающих решения:
- К внутренней среде субъектов инновационного процесса относится:
- Одним из элементов инновационного потенциала является:

- сеть институтов частного и общественного секторов, чья деятельность и взаимосвязи направлены на инициацию, импорт, модификацию и диффузию новых технологий¹.
- это часть национальной инновационной системы, которая содействует переводу научных знаний в коммерчески привлекательные продукты.
- соотнесите подсистемы инновационной инфраструктуры с их описанием
- соотнесите подсистемы инновационной инфраструктуры с примерами
- сеть институтов частного и общественного секторов, чья деятельность и взаимосвязи направлены на инициацию, импорт, модификацию и диффузию новых технологий¹.
- Кому принадлежит лидирующая роль в концепции «тройной спирали»?
- К внешним условиям, благоприятствующим инновационному развитию, относится:
- соотнесите название бизнес-акселератора с его описанием
- составная часть социально-экономической политики, которая выражает отношение государства
- Ведомство Российской Федерации, ответственное за реализацию государственной политики в сфере инноваций — это:
- Какие цели следует закладывать в государственную инновационную политику:
- В СИР 2020 НЕ заложены следующие приоритеты:
- В программе повышения конкурентоспособности российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров (имеет название «Проект 5–100») участвуют:
- Программы инновационного развития запущены в следующих компаниях:
- Институт технологических платформ можно отнести к:
- долгосрочная комплексная программа по созданию условий для обеспечения лидерства российских компаний на новых высокотехнологичных рынках, которые будут определять структуру мировой экономики в ближайшие 15–20 лет.
- катализаторы частных инвестиций в приоритетных секторах и отраслях экономики, создающие условия для формирования инфраструктуры, обеспечивающей доступ предприятиям, функционирующим в приоритетных

сферах экономики, к необходимым финансовым и информационным ресурсам.

- это коммуникационный инструмент, направленный на активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов (услуг), на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок, совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технологического, инновационного развития.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается также по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов

работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится «зачтено» или «не зачтено» на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Решение кейсов	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,3	0,3	0,4	1
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Кузьмина Е.Е., Кузьмина Л.П. Организация предпринимательской деятельности, учебное пособие для бакалавров. Москва. Юрайт 2012
- 2 Самарина В. П. Основы предпринимательства [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. П. Самарина, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 222 с.

7.2. Дополнительная учебная литература

- Бобровских, А. В. Неформальные экономические отношения в современной России/ А.В.Бобровских; РАН, Ин-т экономики ; Центр политико-экон. исслед.. - Москва: Наука, 2004. - 103 с. - Библиогр.: с.100-102 . - ISBN 5-02-032811-1: 55.00, 55.00, р.
- Синенко, В. П. Управление жизненным циклом товара в предпринимательских структурах/ В. П. Синенко, В. Ф. Ершов. - СПб., 2004. - 104 с.: ил., табл.. - Библиогр.: с.101-103 . - ISBN 5-8465-0300-4:
- Попондопуло, В. Ф. Правовой режим предпринимательства/ В. Ф. Попондопуло. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1994. - 206 с.

7.3. Для самостоятельной работы

Малый бизнес в России: Социальные типы и сферы деятельности/ Л. Б. Бабаева [и др.]. - Москва, 1993. - 79 с.

7.4. Нормативные документы

Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
- ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
- ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
- ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
- ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Данный курс - проектно-ориентированный. Т.е. большинство тем служит для работы над одним сквозным проектом интернет-продвижения для выбранного вида деятельности, который развивается и дополняется в ходе изучения дисциплины. В конце обучения по дисциплине студенты представляют проекты преподавателю на проверку и защищают их.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word
Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 03 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 03 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Оценка деятельности персонала»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Оценка деятельности персонала»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	6
4.2. Тематика практических занятий	9
4.3. Тематика самостоятельных работ	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	13
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	13
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	16
6.3.1 Тестовые задания	16
6.3.2 Задачи	19
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	Ошибка! Залка не определена.
6.3.4. Решение кейсов	Ошибка! Залка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	22
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	24
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
7.1. Основная учебная литература	25
7.2. Дополнительная учебная литература	25
7.3. Нормативные документы	25
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	33
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	33

Наименование дисциплины (модуля)

«Оценка деятельности персонала»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Оценка деятельности персонала»- формирование навыков оценки деятельности персонала в организации.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: теоретические основы и место оценки в системе управления персоналом, методы оценки персонала Уметь: формировать критерии оценки для различных категорий персонала выбирать и использовать средства и методы оценки персонала; обобщать и интерпретировать оценочную информацию Владеть: понятийным аппаратом в области оценки эффективности персонала методами оценки эффективности персонала; методами формирования мотивационного механизма	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Оценка деятельности персонала» представляет собой дисциплину части дисциплин по выбору учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Статистика Маркетинг	Оценка деятельности персонала	Международный маркетинг Управленческий учет в маркетинге Маркетинг в социальных медиа

Дисциплина изучается: на 3 курсе во I семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	60,25
Самостоятельная работа	155,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Теоретические основы оценки персонала	50	4	20	6	15	5		
Тема 2. Методы оценки эффективности персонала	56	5	20	6	20	5		
Тема 3. Основы управления мотивацией персонала	53	2	20	6	20	5		
Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности	56	5	20	6	20	5		

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация	
Итого	216	16	80	24	75	20	0,25	0,75
Контактная работа	60,25	16		24		20	0,25	
Самостоятельная работа	155,75		80		75			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Теоретические основы оценки персонала	Оценка как процесс и результат соизмерения объекта с эталоном. Субъект, объект и средства как основные элементы оценки; их структура и взаимосвязь. Оценка персонала как система. Субъекты оценки персонала. Модели субъектов оценки. Персонал как объект оценки. Виды и должностная структура персонала. Профессионально-значимые качества как предмет оценки. Виды и структура качеств. Компетенции персонала как объект оценки: понятие и сферы. Компетенции и компетентность. Средства оценки персонала. Классификация средств оценки. Принципы оценки. Типичные ошибки оценки. Субъективность и субъектность оценки. Способы уменьшения субъективности в оценке. Понятие и виды эталонов. Эталон и критерий. Качества и критерии. Критерии оценки как система. Деятельность как основа формирования критериев. Формальные и неформальные критерии. Подходы к формированию системы критериев оценки. Общие требования к критериям оценки. Валидность, надежность, различительная способность оценки. Индикаторы измерения и оценки критериев. Понятие шкалы оценки. Виды оценочных шкал, их возможности и ограничения. Шкалы наименований. Порядковые шкалы. Шкалы интервалов и шкалы отношений. Абсолютная шкала. Требования к выбору шкал оценки персонала.
2.	Тема 2. Методы оценки	Связь оценки и исследовательской задачи. Особенности

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	эффективности персонала	<p>построения оценочных программ. Актуальность (необходимость) и цели оценки. Объект, предмет и методы оценки. Методология, методы и методики исследования. Гипотезы в процессе оценки. Виды гипотез. Проверка гипотез. Основные результаты процесса оценки. Выводы и заключения. Особенности описания процесса и результатов оценки. Анализ результатов и рекомендации. Виды собеседования. Методы собеседования: британский, немецкий, американский, китайский. Этапы подготовки и проведения кадрового интервью. Регистрация данных собеседования. Технологии собеседования и кадрового интервью. Факторы, влияющие на эффективность проведения оценочного собеседования. Общая характеристика анкетного опроса. Технологии подготовки и обработки анкет в кадровой работе. Понятие бесконтактной оценки. Биографические и графологические методы оценки. Анализ документов в процессе оценки. Основные виды документов. Карьерограмма как оценочная информация. Контент-анализ. Письменная работы как специфический вид документа в процессе оценки. Применение математических методов в процессе бесконтактной оценки. Метод попарного сравнения. Метод шкальных оценок. Контент-анализ. Письменная работа как специфический вид документа в процессе оценки. Методы психодиагностики. Классификации методов психодиагностики (LQT, Б.Г. Ананьева, А. Анастаси). Основные виды психологических тестов. Личностные опросники (тест ММРІ; 16-факторный опросник Кэттела и другие). Проективные методики. Компьютерные тесты, их возможности и ограничения. Создание и использование психологических тестов. Проверка тестов на валидность и надежность. Корреляция и экстраполяция результатов психологического тестирования. Этические нормы психодиагностики. Требования к разработчикам тестов. Требования к пользователям тестов. Наблюдение как метод оценки персонала. Организация наблюдения. Фиксация/регистрация процесса и результатов наблюдения. Наблюдение и наблюдательность. Феномены субъективности наблюдения. Тренинг наблюдательности. Сущность экспертных оценок. Подбор экспертов. Требования к экспертам. Виды методов экспертной оценки. Групповое обсуждение, (фокус-группа), письменный обзор, метод Дельфи как основные экспертные методы оценки. Преимущества экспертных оценок. Недостатки метода. Сущность игро-</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>вых методов. Игровые упражнения и ситуационное моделирование. Деловые интерактивные игры в процессе оценки, их особенности и возможности применения. Наблюдение и оценка в ходе игрового взаимодействия. Подготовка наблюдателей. Фиксация процесса и результатов игры. Влияние факторов условности на результаты наблюдения. Диагностические игровые комплексы (ДИК). Методика 360 градусов: сущность и модификации метода. Формы применения в оценке деятельности, в оценке личности.</p>
3.	Тема 3. Основы управления мотивацией персонала	<p>Структура трудовой мотивации. Мотивация и деятельность. Мотивация действий, системы действий, системы трудовых действий, системы трудового поведения. Роль психологических, социальных, экономических и культурных факторов в формировании структуры индивидуальной трудовой мотивации. Место мотивации трудовой деятельности в системе самосознания субъекта. Сущность и структура мотивационного ядра деятельности. Инструментальные и терминальные ценности и их роль в формировании мотивации трудовой деятельности. Корреляты достижений: экономический и социальный статус, профессиональная карьера, имидж профессионала, профессиональная компетентность. Место и роль мотивации трудовой деятельности в мотивационной системе человека. Формирование трудовой мотивации. Направленность как компонент личностной структуры. Социализация как процесс формирования и развития мотивации. Этапы развития мотивации трудовой деятельности. Мотивация трудовой деятельности как элемент и функция управления. Теоретические основы трудовой мотивации персонала. Структура, функции и механизм трудовой мотивации. Оплата труда персонала. Материальное стимулирование труда. Формы и системы заработной платы. Нематериальное стимулирование (KPI и мотивация персонала)</p>
4.	Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности	<p>Деятельность как процесс. Основные виды деятельности в организации. Способы описания деятельности. Структурированная, формализованная деятельность. Особенности оценки сложной, слабоструктурированной деятельности. Моделирование деятельности как основа оценки. Определение критериев оценки деятельности. Процесс и результаты деятельности. Прямые и косвенные показатели оценки деятельности. Цели и задачи как ключевые моменты оценки деятельности. Оценка количественных показате-</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		лей. Оценка качества работы. Оценка эффективности деятельности. Грейдирование как способ оценки деятельности. Оценка деятельности в системе МВО и КПЭ. Компетентностный подход в оценке деятельности.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Теоретические основы оценки персонала	Оценка как процесс и результат соизмерения объекта с эталоном. Субъект, объект и средства как основные элементы оценки; их структура и взаимосвязь. Оценка персонала как система. Субъекты оценки персонала. Модели субъектов оценки. Персонал как объект оценки. Виды и должностная структура персонала. Профессионально-значимые качества как предмет оценки. Виды и структура качеств. Компетенции персонала как объект оценки: понятие и сферы. Компетенции и компетентность. Средства оценки персонала. Классификация средств оценки. Принципы оценки. Типичные ошибки оценки. Субъективность и субъектность оценки. Способы уменьшения субъективности в оценке. Понятие и виды эталонов. Эталон и критерий. Качества и критерии. Критерии оценки как система. Деятельность как основа формирования критериев. Формальные и неформальные критерии. Подходы к формированию системы критериев оценки. Общие требования к критериям оценки. Валидность, надежность, различительная способность оценки. Индикаторы измерения и оценки критериев. Понятие шкалы оценки. Виды оценочных шкал, их возможности и ограничения. Шкалы наименований. Порядковые шкалы. Шкалы интервалов и шкалы отношений. Абсолютная шкала. Требования к выбору шкал оценки персонала.
2.	Тема 2. Методы оценки эффективности персонала	Связь оценки и исследовательской задачи. Особенности построения оценочных программ. Актуальность (необходимость) и цели оценки. Объект, предмет и методы оценки. Методология, методы и методики исследования. Гипотезы в процессе оценки. Виды гипотез. Проверка гипотез. Основные результаты процесса оценки. Выводы и заключения. Особенности описания процесса и результатов оценки. Анализ результатов и рекомендации. Виды собеседования. Методы собеседования: британский, немецкий, американский, китайский. Этапы подготовки и проведения

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>кадрового интервью. Регистрация данных собеседования. Технологии собеседования и кадрового интервью. Факторы, влияющие на эффективность проведения оценочного собеседования. Общая характеристика анкетного опроса. Технологии подготовки и обработки анкет в кадровой работе. Понятие бесконтактной оценки. Биографические и графологические методы оценки. Анализ документов в процессе оценки. Основные виды документов. Карьерограмма как оценочная информация. Контент-анализ. Письменная работы как специфический вид документа в процессе оценки. Применение математических методов в процессе бесконтактной оценки. Метод попарного сравнения. Метод шкальных оценок. Контент-анализ. Письменная работа как специфический вид документа в процессе оценки. Методы психодиагностики. Классификации методов психодиагностики (LQT, Б.Г. Ананьева, А. Анастаси). Основные виды психологических тестов. Личностные опросники (тест ММРІ; 16-факторный опросник Кэттела и другие). Проективные методики. Компьютерные тесты, их возможности и ограничения. Создание и использование психологических тестов. Проверка тестов на валидность и надежность. Корреляция и экстраполяция результатов психологического тестирования. Этические нормы психодиагностики. Требования к разработчикам тестов. Требования к пользователям тестов. Наблюдение как метод оценки персонала. Организация наблюдения. Фиксация/регистрация процесса и результатов наблюдения. Наблюдение и наблюдательность. Феномены субъективности наблюдения. Тренинг наблюдательности. Сущность экспертных оценок. Подбор экспертов. Требования к экспертам. Виды методов экспертной оценки. Групповое обсуждение, (фокус-группа), письменный обзор, метод Дельфи как основные экспертные методы оценки. Преимущества экспертных оценок. Недостатки метода. Сущность игровых методов. Игровые упражнения и ситуационное моделирование. Деловые интерактивные игры в процессе оценки, их особенности и возможности применения. Наблюдение и оценка в ходе игрового взаимодействия. Подготовка наблюдателей. Фиксация процесса и результатов игры. Влияние факторов условности на результаты наблюдения. Диагностические игровые комплексы (ДИК). Методика 360 градусов: сущность и модификации метода. Формы применения в оценке деятельности, в оценке личности.</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
3.	Тема 3. Основы управления мотивацией персонала	Структура трудовой мотивации. Мотивация и деятельность. Мотивация действий, системы действий, системы трудовых действий, системы трудового поведения. Роль психологических, социальных, экономических и культурных факторов в формировании структуры индивидуальной трудовой мотивации. Место мотивации трудовой деятельности в системе самосознания субъекта. Сущность и структура мотивационного ядра деятельности. Инструментальные и терминальные ценности и их роль в формировании мотивации трудовой деятельности. Корреляты достижений: экономический и социальный статус, профессиональная карьера, имидж профессионала, профессиональная компетентность. Место и роль мотивации трудовой деятельности в мотивационной системе человека. Формирование трудовой мотивации. Направленность как компонент личностной структуры. Социализация как процесс формирования и развития мотивации. Этапы развития мотивации трудовой деятельности. Мотивация трудовой деятельности как элемент и функция управления. Теоретические основы трудовой мотивации персонала. Структура, функции и механизм трудовой мотивации. Оплата труда персонала. Материальное стимулирование труда. Формы и системы заработной платы Нематериальное стимулирование (КРІ и мотивация персонала)
4.	Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности	Деятельность как процесс. Основные виды деятельности в организации. Способы описания деятельности. Структурированная, формализованная деятельность. Особенности оценки сложной, слабоструктурированной деятельности. Моделирование деятельности как основа оценки. Определение критериев оценки деятельности. Процесс и результаты деятельности. Прямые и косвенные показатели оценки деятельности. Цели и задачи как ключевые моменты оценки деятельности. Оценка количественных показателей. Оценка качества работы. Оценка эффективности деятельности. Грейдирование как способ оценки деятельности. Оценка деятельности в системе МВО и КПЭ. Компетентностный подход в оценке деятельности.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Теоретические основы оценки персонала	Компетенции персонала как объект оценки: понятие и сферы. Компетенции и компетентность. Средства оценки персонала. Классификация средств оценки. Принципы оценки. Критерии оценки как система. Деятельность как основа формирования критериев. Формальные и неформальные критерии. Подходы к формированию системы критериев оценки. Общие требования к критериям оценки.
2.	Тема 2. Методы оценки эффективности персонала	Контент-анализ. Письменная работы как специфический вид документа в процессе оценки. Применение математических методов в процессе бесконтактной оценки. Метод попарного сравнения. Метод шкальных оценок. Контент-анализ. Письменная работа как специфический вид документа в процессе оценки. Методика 360 градусов: сущность и модификации метода. Формы применения в оценке деятельности, в оценке личности.
3.	Тема 3. Основы управления мотивацией персонала	Место и роль мотивации трудовой деятельности в мотивационной системе человека. Формирование трудовой мотивации. Структура, функции и механизм трудовой мотивации. Оплата труда персонала. Материальное стимулирование труда. Нематериальное стимулирование (KPI и мотивация персонала)
4.	Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности	Определение критериев оценки деятельности. Процесс и результаты деятельности. Прямые и косвенные показатели оценки деятельности. Цели и задачи как ключевые моменты оценки деятельности. Оценка количественных показателей. Оценка качества работы. Оценка эффективности деятельности. Грейдирование как способ оценки деятельности. Оценка деятельности в системе МВО и КПЭ. Компетентностный подход в оценке деятельности.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Теоретические основы оценки персонала	УК-10	тестирование		письменно
Тема 2. Методы оценки эффективности персонала	УК-10	тестирование		письменно
Тема 3. Основы управления мотивацией персонала	УК-10	тестирование задачи		письменно
Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности	УК-10	тестирование задача		письменно
			Зачет с оценкой	письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК=10	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	усвоение понятийного аппарата по оценке эффективности персонала и мотивации, основных теоретических подходов в области мотивационного механизма, отечественного и зарубежного опыта в области подходов к оценке персонала организации. Усвоение основных методов проведения оценки эффективности персонала, методов выявления мотивов деятельности и стимулов для активизации работы с персон	1,2,3,4
2	Владение понятийным аппаратом в области оценки эффективности персонала, умение выбирать и использовать средства и методы оценки персонала; обобщать и интерпретировать оценочную информацию. Усвоение основных методов и подходов для построения программ оценки персонала, разработки мотивационного механизма сотрудников организации	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК=10	Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетен-	

	ций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тесты, задачи, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучающегося при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Теоретические основы оценки персонала.

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Текст вопроса	Варианты ответов
Оценка работы персонала - это процесс сбора, анализа и оценки информации о том, как работники выполняют порученную работу, и выяснение того, в какой степени их рабочее поведение, рабочие показатели и индивидуальные характеристики отвечают установленным требованиям	1. верно
	2. частично верно
	3. не верно
Факторы, влияющие на эффективность работы со стороны работника	1. способности
	2. стиль руководства
	3. организационная структура
Требования к системе оценки персонала	1. действенность
	2. практичность
	3. прозрачность и понятность для персонала
	4. все ответы верны

Текст вопроса	Варианты ответов
Цели оценки персонала	1. административная, мотивационная, информационная
	2. регулирующая, информационная
	3. экономическая, административная

Тема 2. Методы оценки эффективности персонала

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Текст вопроса	Варианты ответов
Что понимается под традиционной системой аттестации работника	1. процесс оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей, осуществляемый непосредственным руководителем
	2. процесс комплексной оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей, осуществляемый специально формируемой комиссией в соответствии с Положением о порядке проведения аттестации работников
	3. процесс оценки выполнения сотрудником своих должностных обязанностей его коллегами
К наименее достоверным тестам отбора кандидатов относятся	1. психологические тесты
	2. проверка знаний
	3. проверка профессиональных навыков
	4. графические тесты
Исходные данные для оценки персонала это -	1. положение об аттестации кадров, результаты тестирования, личные дела сотрудников
	2. беседа с персоналом
	3. личные дела сотрудников
Сколько групп методов используется при оценке персонала	1. 2
	2. 3
	3. 4
	4. 5

Тема 3. Основы управления мотивацией персонала

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Текст вопроса	Варианты ответов
---------------	------------------

Текст вопроса	Варианты ответов
Основными методами мотивации трудовой активности персонала являются	1. демографические, демократические, экологические
	2. административные, экономические, социально-психологические
	3. математические, материальные, моральные
Установление материальных санкций и поощрений персонала относится	1. к социально-психологическим методам управления персоналом
	2. к экономическим методам управления персоналом
	3. к административным методам управления персоналом
Виднейшими представителями школы новых человеческих отношений в управлении персоналом организацией являются	1. Ф. Гилберт, К. Барт
	2. В. М. Бехтерев, А. А. Богданов
	3. А. Маслоу, Д. Макгрегор

Тема 4. Оценка персонала по ключевым показателям эффективности

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Текст вопроса	Варианты ответов
Оценка эффективности деятельности подразделений управления персоналом – это системный процесс, направленный на	1. соизмерение затрат и результатов с деятельностью кадровых служб
	2. соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности в целом
	3. соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности подразделений
Наиболее достоверным методом оценки способностей кандидата выполнять работу, на которую он будет нанят, является	1. психологические тесты
	2. проверка знаний
	3. проверка профессиональных навыков
	4. графический тест
Оценка эффективности деятельности подразделений управления персоналом - это системный процесс, направленный на	1. соизмерение затрат и результатов с деятельностью кадровых служб
	2. соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности в целом
	3. соотношение результатов деятельности кадровых служб с итогами деятельности подразделений

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 3. Основы управления мотивацией персонал

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Задача 1

Практическое занятие «**Мотивация сотрудников**».

Цель практического занятия: ознакомление с методиками диагностики мотивационной структуры личности; развитие навыков формирования мотивационных инструментов.

Задания:

1. Построить индивидуальный (личностный) мотивационный профиль.

В концепции, положенной в основу данной методики, делается упор на классификацию мотивов человека, построенной по критериям объекта и предмета удовлетворения потребностей. По объекту направленности мотивы могут быть общественно-значимыми и личными.

Общественно-значимые мотивы направлены на удовлетворение потребностей социумов различных уровней: общества в целом, различных групп (потребителей, предприятия, трудовых коллективов).

Личные мотивы направлены на удовлетворение собственных индивидуальных потребностей человека. Личные мотивы по предмету удовлетворения потребностей подразделяются на 3 основные группы: материальные, социальные, духовные.

Инструкция:

Этап 1. Продумайте, какими характеристиками должна обладать идеальная, с Вашей точки зрения, работа. Оцените предложенные ниже характеристики с помощью 5-балльной шкалы: 14

1 – в моем понятии «идеальная работа» данная характеристика отсутствует;

2 – данная характеристика отвечает требованиям «идеальной работы» в малой степени;

3 – данная характеристика отвечает требованиям «идеальной работы» в средней степени;

4 – данная характеристика отвечает требованиям «идеальной работы» в большой степени (указать не более 10 характеристик);

5 – данная характеристика является неременным условием «идеальной работы»

Характеристика
1. Выполнение работы, нужной людям

2. Удовлетворение интересов потребителей
3. Ощутимый вклад в конечные результаты деятельности предприятия
4. Ощутимый вклад в конечные результаты трудового коллектива
5. Высокая оплата труда
6. Своевременная (без задержек) оплата труда
7. Зависимость оплаты труда от реального трудового вклада
8. Возможность получения социальных льгот (жилья, путевок в санатории, детские сады и т.д.)
9. Хорошие санитарно-гигиенические условия работы (низкий уровень шума, нормальное освещение, температура, чистота)
10. Место работы располагается вблизи дома
11. Эргономически удобное, комфортабельное, рабочее место с высоким уровнем технической оснащенности
12. Удобный график работы
13. Высокий уровень безопасности труда
14. Гарантированная занятость на перспективу
15. Хорошие взаимоотношения с руководством
16. Хорошие взаимоотношения с коллегами по работе
17. Завоевание уважения и признания окружающих
18. Высокий статус и престиж должности
19. Наличие подчиненных
20. Перспективы должностного роста
21. Интересная работа
22. Возможность повышения уровня профессионального мастерства
23. Возможность расширения интеллектуального кругозора
24. Независимость и свобода действий при выполнении должностных обязанностей
25. Возможность применения творческого подхода к решению поставленных задач

Задача 2 по группировке факторов оказывающие влияние на эффективность работы персонала, можно разделить на две большие категории. Выберите в качестве объекта исследования персонала любой организации и заполните таблицу.

Со стороны работника	Со стороны организации

Тема 2. Методы оценки эффективности персонала

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Задача . «Аттестация персонала»

Время: 1 -1,5 часа.

Группа делится на команды по 4 человека.

Упражнение состоит в проведении аттестационного интервью между двумя членами команды, принимающих на себя роли руководителя и подчиненного. Два другие члена выступают в качестве наблюдателей. Затем члены команды меняются ролями, так что каждый человек имеет возможность выступить в каждой роли.

ШАГ 1. Решите, кто будет оценивать, а кто оцениваться. 4 круга, чтобы каждый оцениваемый побывал в каждой роли.

ШАГ 2. Каждому участнику дается 10 минут на подготовку оценочного собеседования. Используйте следующие вопросы, которые помогут вам войти в роль руководителя:

1. Какой вклад внес работник в работу предприятия или в работу группы?
2. Какой вклад внес работник в общую атмосферу в группе?
3. Были ли какие-то смягчающие обстоятельства, которые оправдывали низкую эффективность его работы?
4. Как вы можете помочь ему улучшить свою работу? Что вы можете предложить, чтобы лучше использовать способности работника?
5. Сильные и слабые стороны работника.
6. Выберите по меньшей мере 1 сильную и одну слабую сторону работника и обсудите их в ходе оценочного собеседования. Покажите, что произойдет, если работник избавится от недостатков.

ШАГ 3. Прочитайте «Руководство по проведению оценочного собеседования».

ШАГ 4. «Руководители» проводят 5-минутное оценочное собеседование, а наблюдатели в это время заполняют «Рабочую форму для наблюдателя».

ШАГ 5. После завершения собеседования «руководитель» и наблюдатели обсуждают, как оно прошло и что можно было бы улучшить или сделать иначе.

ШАГ 6. Проведение собеседования в других парах и их обсуждение.

ШАГ 7. Обсуждение всей группой:

- а) Что вы узнали об оценочном собеседовании?
- б) Чему вы научились из данного упражнения?

Руководство по проведению оценочного собеседования

До начала собеседования:

1. Назначьте дату и время проведения собеседования, чтобы у работника было достаточно времени для подготовки.
2. Попросите работника подготовить отчет о работе и дайте ему схему написания отчета.
3. Не откладывайте собеседование и не опаздывайте на него. Работники воспринимают такие действия как отсутствие интереса к ним и к процессу аттестации. Если вы хотите получить пользу, подходите к этому делу серьезно.
4. Найдите место, где вам никто не будет мешать.
5. Выделите достаточно времени для проведения обсуждения.
6. Соберите всю информацию и подберите все материалы, имеющие отношение к работе исполнителя.
7. Примите решение, что вы будете обсуждать в процессе собеседования.

Во время собеседования

1. Информировать работника о формате (порядке) и цели оценочного собеседования:
 - а) выясните мнение работника относительно его работы, имеющихся проблем, мотивации, карьерных целей;
 - б) дайте вашу оценку работы исполнителя;
 - с) обсудите все проблемы, с которыми столкнулся исполнитель;
 - д) составьте план работы на следующий аттестационный период.

2. Попросите работника представить его отчет о проделанной работе (с оценкой своих сильных сторон и имеющихся недостатков).

3. Выскажите свое мнение по поводу отчета работника. Сначала скажите ему о тех моментах, с которыми вы согласны, а затем - о тех моментах, с которыми вы не согласны. Затем дайте обратную связь по результатам работы. При этом:

- a) давайте поддержку, когда вы выступаете с критикой;
- b) избегайте защитной позиции (оправданий);
- c) привлекайте работника к активной работе.

4. Спросите, были ли какие-то обстоятельства или проблемы, которые мешали работе исполнителя.

5. Решение этих проблем с работником; выяснение, что можно сделать, чтобы улучшить его работу.

6. Определение целей и разработка плана на последующий период.

7. Обсуждение долгосрочных карьерных целей и определения того, какое обучение и какая практика необходимы для их достижения.

8. После собеседования заполните аттестационную форму и ознакомьте с ней работника.

Рабочая форма для наблюдателя

1. Объяснил ли руководитель цель аттестационного интервью?
2. Дал ли руководитель работнику достаточно времени, чтобы он подготовил отчет?

3. Хорошо ли руководитель давал обратную связь?

4. Использовал ли руководитель приемы активного слушания или он больше говорил?

5. Смог ли руководитель создать климат, когда работнику не было необходимости защищаться или оправдываться?

6. Не приходилось ли руководителю оправдываться перед работником?

7. Придерживался ли руководитель подхода, ориентированного на решение проблем, или он больше давал советы и указания работнику?

8. Ставил ли руководитель вместе с работником конкретные цели на будущее?

9. Другие комментарии

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена.

Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мыш-

ления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Проверяемые компетенции:

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
-------	--

Вопросы к зачету:

1. Система оценки персонала.
2. Основные элементы оценки персонала
3. Критерии и шкалы оценки.
4. Персонал организации как объект оценки
5. Как используется механизм управления компетенциями для улучшения мотивационной работы в компании.
6. Классификация потребностей, иерархическая система потребностей.
7. Что изучают содержательные теории мотивации и почему они так названы.
8. Способы формирования критериев оценки
9. Оценка деятельности персонала.
10. Общие требования к оценке персонала (валидность, надежность, различительная способность).
11. Оценка потенциальных и актуальных способностей.
12. Мотивация персонала на этапах трудовой карьеры.
13. Механизм мотивации трудовой деятельности персонала.
14. Какие существуют режимы мотивационного подкрепления и какова эффективность их применения.
15. Что такое негативная мотивация и когда ее следует применять.
16. Как цель влияет на мотивацию персонала.
17. Что влияет на целеполагание личности.
18. Опишите систему «Управления по целям». В чем ее мотивационное значение.
19. Методы оценки персонала.
20. Анализ деятельности как основа оценки персонала.
21. Наблюдение как метод измерения и оценки персонала.
22. Кадровое интервью и собеседование как методы оценки персонала.
23. Использование технических средств в оценке персонала.
24. Бесконтактные методы оценки персонала
25. Экспертные методы оценки персонала
26. Способы представления результатов оценки.
27. Использование математических методов в оценке персонала
28. Анализ документов как средство оценки персонала
29. Нормативные и этические требования к оценке личности.
30. Аттестация как организационно-правовое средство оценки.
31. Центр оценки как перспективная технология оценки.

32. Оценка в системе работы с кадровым резервом
33. Что такое мотивация персонала и для чего она используется в компании

Критерии и шкала оценивания компетенций

«**Зачтено**» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«**Не зачтено**» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, решение кейсов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Оценка персонала методом ассесмент-центра. Лучшие HR-стратегии Барышникова Е.И. Издательство Издательство "Манн, Иванов и Фербер" ISBN 978-5-91657-793-8 Год 2013 <https://e.lanbook.com>
2. Эффективность руководителя в управлении персоналом организации Кузнецова Е. С., Лощакова А. Б. Издательство Мурманский государственный технический университет ISBN 978-5-86185-862-5 Год 2015 <https://e.lanbook.com>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Оптимизация и повышение эффективности систем адаптации, оценки и развития персонала. Внутрикorporативная программа подготовки ключевых специалистов: учебное пособие Бурмистрова Н.О. – Издательство Издательство "Лань" ISBN 978-5-8114-3048-2 Год 2018 Издание 2-е изд., перераб. и доп. <https://e.lanbook.com>
2. Основы психологической диагностики и оценки персонала Капранова М. В. Издательство Технологический университет ISBN 978-5-4499-0546-8 Год 2019 <https://e.lanbook.com>

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс РФ
2. Трудовой кодекс РФ. Закон «О занятости населения в Российской Федерации»
3. Постановление Минтруда РФ «Об утверждении тарифно-квалификационных характеристик по общеотраслевым должностям служащих»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет или экзамен.

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

- уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.
- глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;
- демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;
- использование дополнительных источников информации для решения кейса;
- выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;
- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;
- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.
- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать:

обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: "Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...".

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части рефе-

рата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: "Итак...", "Таким образом..."

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссыпки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развёрнутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);

- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимосвязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда; д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.
6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
 - свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.
8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
 - 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
 - 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
 - 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
 - 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.
- На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Поведение потребителей»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	7
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	8
4.2. Тематика практических занятий.....	9
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	12
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	16
6.3.1 Тестовые задания	16
6.3.2 Задачи.....	25
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	34
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	39
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	44
7.1. Основная учебная литература	44
7.2. Дополнительная учебная литература	44
7.3. Нормативные документы	45
7.4. Для самостоятельной работы	45
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	45
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	45

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	46
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	46

Наименование дисциплины (модуля)

«ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в части, предусмотренной настоящей рабочей программой

В результате освоения ООП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: методы сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем		
Владеть: навыками сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем		
Знать: основные принципы разработки обоснованных организационно-управленческих	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-

решений с учетом данных о поведении потребителей		управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия		
Владеть: навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия		

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры: дисциплина «Поведение потребителей» представляет собой дисциплину части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.03) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Теория вероятностей и математическая статистика	Поведение потребителей	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
			Производственная преддипломная практика
	Математика		Учебная ознакомительная практика
	Статистика		выполнение выпускной квалификационной работы
	Маркетинговые		Производственная

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
	исследования		преддипломная практика
	Маркетинг		
	Финансовый менеджмент		
	Маркетинговый анализ		
	Бухгалтерский учет		

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Стратегический маркетинг	Поведение потребителей	Управление продажами
	Управление брендами		Коммерческая деятельность
			Управление маркетингом
	Разработка товарной политики		Интегрированная логистика
			Производственная преддипломная практика
			Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
			Выполнение выпускной квалификационной работы
			Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины

Дисциплина изучается: на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Часов аудиторных занятий, всего	52,25
Самостоятельная работа	127,75
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контрольная самостоятельная работа	Промежуточная аттестация

		Конт актна я рабо та	Сам осто ятел ьная рабо та	Конт актн ая рабо та	Само стоя тель ная рабо та	Кон такт ная рабо та	Конт актн ая рабо та	Самост оятель ная работа
Тема 1. Процесс принятия решения о покупке.	44,2	4	15	6	16	3	0,05	0,15
Тема 2. Индивидуальные факторы поведения потребителей	44,25	4	15	6	16	3	0,05	0,2
Тема 3. Ресурсы потребителей. Знания и отношение потребителей	44,25	4	15	6	16	3	0,05	0,2
Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителя.	47,3	4	15	6	19	3	0,1	0,2
Итого	180	16	60	24	67	12	0,25	0,75
Контактная работа	52,25	16		24		12	0,25	
Самостоятельная работа	127,75		60		67			0,75
Промежуточная аттестация	зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Процесс принятия решения о покупке.	Процессы принятия решения, его особенности, этапы потребительского решения и факторы, влияющие на процесс..
2.	Индивидуальные факторы поведения потребителей	Обработка информации и восприятие. Память. Обучение. Инструментальное и классическое обусловливание. Потребительская мотивация. Самовосприятие. Личность. Персональные ценности. Эмоции. Концепция жизненного стиля. Психографика.
3.	Ресурсы потребителей. Знания и отношение	Ресурсы потребителей, их типы. Экономические ресурсы, их измерение. Покупательная способность. Временные ресурсы. Познавательные (когнитивные) ресурсы. Содержание знания, организация и измерение знаний потребителя. Отношения

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	потребителей	потребителей, их изучение, измерение и изменение отношений.
4.	Факторы внешнего влияния на поведение потребителя.	Экономические, политические, научно-технические и природные факторы, их влияние на поведение потребителя. Демография и культура, ситуационные факторы, их влияние на сферу потребления. Социальные классы. Влияние референтных групп на поведение потребителя. Модели персонального влияния, их использование в маркетинговой стратегии. Диффузия инноваций и поведение потребителей. Семья как объект изучения поведения потребителей. Потребительская социализация. Потребительские и организационные рынки, их сравнительная характеристика. Профессиональная этика и консьюмеризм. Понимание прав потребителей. Маркетинговые стратегии воздействия на потребителей

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Процесс принятия решения о покупке.	Процессы принятия решения, его особенности, этапы потребительского решения. Факторы, влияющие на процесс принятия решений о покупке.
2.	Индивидуальные факторы поведения потребителей	Обработка информации и восприятие. Память. Обучение. Методы изучения влияния внутренних факторов на поведение потребителя. Потребительская мотивация. Методы оценки потребности Личность. Методы изучения личности. Эмоции, методы измерения. Персональные ценности. Концепция жизненного стиля. Психографика: методы исследования жизненного стиля и личностных характеристик потребителей..
3.	Ресурсы потребителей. Знания и отношение потребителей	Ресурсы потребителей, их типы. Экономические ресурсы, их измерение. Покупательная способность. Временные ресурсы. ФРД. Познавательные (когнитивные) ресурсы. Содержание знания, организация и измерение знаний потребителя. Отношение потребителей, изучение и измерение отношений.
4.	Факторы внешнего влияния на	Факторы макросреды, их влияние на поведение потребителя. Демография и культура, ситуационные факторы. Социальные

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	поведение потребителя.	классы. Семья как объект изучения поведения потребителей. Референтные группы. Модели персонального влияния, их использование в маркетинговой стратегии Потребительские и организационные рынки, сравнительная характеристика. Диффузия инноваций и поведение потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм. Права потребителей. Стратегии воздействия на потребителей.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Процесс принятия решения о покупке.	Изучение стадий процесса принятия решения о покупке товаров: в ситуации низкой степени вовлеченности; в ситуации ограниченной проблемы и средней степени вовлеченности; в ситуации расширенной проблемы и высокой степени вовлеченности. Подготовка докладов по результатам исследования на примере объекта розничной точки.
2.	Индивидуальные факторы поведения потребителей	Подготовка и презентация докладов по вопросам темы: обработка информации; потребительская мотивация: методы оценки потребности. Личность и методы ее изучения. Персональные ценности. Психографика: исследование жизненного стиля и личностных характеристик потребителей.
3.	Ресурсы потребителей. Знания и отношение потребителей	Подготовка и презентаций докладов по вопросам темы. Изучение ресурсов потребителей. Изучение знаний потребителей. Изучение отношения потребителей. Измерение и изменение знаний и отношений.
4.	Факторы внешнего влияния на поведение потребителя.	Подготовка и презентация докладов по вопросам темы: влияние демографии и культуры на сферу потребления. Социальные классы. Референтные группы и модели персонального влияния. Семья как объект изучения поведения потребителей. Особенности организационных рынков.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		Диффузия инновации и классификация потребителей по принятию новинок. Разработка маркетинговых стратегий воздействия на потребителей. Консьюмеризм и защита прав потребителей. Российская и зарубежная практика социально-этичного маркетинга.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации

студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции и (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Процесс принятия решения о покупке.	ОПК-2 ОПК-3	решение задач реферат	тестирование	письменно устно
Тема 2. Индивидуальные факторы поведения потребителей	ОПК-2 ОПК-3	решение задач реферат	тестирование	письменно устно
Тема 3. Ресурсы потребителей. Знания и отношение потребителей	ОПК-2 ОПК-3	решение задач реферат	тестирование	письменно устно
Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителя.	ОПК-2 ОПК-3	решение задач реферат	тестирование	письменно устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает методы сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	1,2,3,4
2	Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных	1,2,3,4

	<p>управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Владеет навыками сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>	
--	---	--

Код компетенции	ОПК-3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знает основные принципы разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей	1,2,3,4
2	<p>Умеет разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.</p> <p>Владеет навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой

компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Владеет навыками сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Знает методы сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Владеет навыками сбора, обработки и анализа данных о поведении потребителей, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Код компетенции	ОПК- 3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их	Тип
-----------------	--	-----

	социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Владеет навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Знает основные принципы разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей	Умеет разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Владеет навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом данных о поведении потребителей, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и

и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	---	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов		Правильные ответы	сложность					
Multiple Selection	Выберите типы ситуаций, влияющих на поведение потребителей	Коммуникационная ситуация	Ситуация использования	Ситуация покупки	Ситуация завоевания	Ситуация потребления	1,2,3	1		
Multiple Selection	Ситуационное влияние предполагает анализ ситуаций принятия решений в разрезе факторов влияния. Выберите основные ситуационные факторы	физическое окружение	социальное окружение	временная перспектива	цель потребительского поведения	предшествующие состояния	цветовое оформление	сенсорная стимуляция	1,2,3,4,5	1
Short answer	Напишите слово описывающее эту ситуацию «это обстоятельства экспонирования потребителя личным или неличным коммуникациям.»			Коммуникационная	я			1		

SingleS election	Подберите слово(а) этому определению «..это преходящие состояния индивидуума. Настроение, например, может колебаться от счастья до депрессии. Потребности и покупателя стимулируются настроением. Хорошее настроение ассоциируется с активным обследованием магазина и импульсными покупками»	Цель потребительского поведения Временная перспектива Социальное окружение Предшествующие события		4	1
---------------------	---	--	--	---	---

Тема 2.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	сложность
Shortanswer	Количественное исследование жизненного стиля и личностных характеристик потребителей - это...		психографика	1
MultipleSelection	К методам описания жизненного стиля относят модели:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> VALS VALS-2 VALS-3 LOV AIO SWOT </div>	1,2,4,5	1
SingleSelection	Какая из следующих моделей описывает жизненный стиль потребителя по деятельности, интересам и мнению?	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> LOV VALS AIO </div>	3	1
SingleSelection	Какая шкала персональных ценностей представляет спектр терминальных	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> пирамида Маслоу шкала Рокеча шкала Платчика </div>	2	1

	х и инструментальных ценностей?	шкала Шварца		
Shortanswer	Сильные, относительно неконтролируемые чувства, воздействующие на поведение, это...		эмоции	1

Тема 3.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса
MultipleSelection	Перечислите все ресурсы потребителей:	- экономические	1,3,4	1
		- неэкономические		
		- познавательные		
		- временные		
		- человеческие		

MultipleSelection	Бюджет времени потребителя включает:		2,3,5	1
		- чистое время		
		- оплачиваемое время		
		- нерасполагаемое время		
		- настоящее время		
- свободное время				
SingleSelection	Полихромное использование времени - это....		2	1
		- выполнение одной деятельности в определенное время		
		- совмещение различных видов деятельности		
		- нерациональное использование времени		
- пребывание в двух временных измерениях				
SingleSelection	Декларативное знание - это....		1	1
		- субъективно известные факты		
		- владение информацией о процессах		
- обыденное знание повседневной жизни				

Тема 4.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы	Сложность вопроса
MultipleSelection	К основным ситуационным факторам относятся:	<ul style="list-style-type: none"> - самочувствие потребителя - погодные условия - физическое окружение - временная перспектива - политическая ситуация 	3,4	1
MultipleSelection	Влияние референтных групп может быть:	<ul style="list-style-type: none"> - временным - ценностно-ориентировочным - информационным - нормативным - абсолютным 	2,3,4	1
SingleSelection	Социальная стратификация - это...	<ul style="list-style-type: none"> - процесс разбивки потребителей на рынке на различные сегменты по какому-либо признаку - большие группы людей, различающиеся по их отношению к собственности - описание социального неравенства в обществе, его 	3	1

		деление на социальные слои по доходам, наличию или отсутствию привилегий, образу жизни			
SingleSelection	Предшествующее состояние - это...	<ul style="list-style-type: none"> - то, кем потребитель был в прошлой жизни - настроение, с которым потребитель входит в данную ситуацию - финансовое состояние потребителя, предшествующее покупке 		2	1
Comparison	Соотнесите понятия с их значениями.	культура	это правила, образцы поведения в конкретных ситуациях, основанные на культурных ценностях	1-2, 2-3, 3-1	1
		культурные ценности	это всеобщие взгляды на то, какого образа жизни должны придерживаться люди, формальные и неформальные правила, определяющие, какие цели они должны перед собой ставить и как должны их добиваться		
		нормы	широко признанный		

		поведения	набор ценностей, идей, предметов человеческого труда и других значимых символов, которые помогают людям общаться, а также интерпретировать и оценивать друг друга как членов общества		
MultipleSelection	К основным моделям персонального влияния относятся:	<ul style="list-style-type: none"> - Модель М. Фишбеина - Полихромное взаимодействие - "Просачивание" - Мультиэтапное взаимодействие - Двухшаговый поток 		3,4,5	1

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

— менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);

— 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);

— 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);

— 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Ожидания потребителя формируются на основе информации, получаемой им от продавцов, друзей и прочих источников. Если продавец преувеличивает эксплуатационные характеристики товара, у потребителя сложатся слишком высокие ожидания, которые в результате обернутся разочарованием. Чем больше разрыв между ожидаемыми и реальными эксплуатационными свойствами, тем острее неудовлетворенность потребителя. Теоретические положения При покупке любого товара потребитель проходит несколько этапов. Схема процесса принятия решения о покупке представлена на рисунке

Однако, в зависимости от товаров или услуг, которые хочет получить потребитель, модель его поведения меняется. Первым этапом процесса принятия решения о покупке является осознание потребности. Процесс покупки начинается с того, что покупатель осознает проблему или нужду. Он чувствует разницу между своим реальным и желаемым состоянием. Нужда может быть возбуждена внутренними раздражителями. Одна из обычных человеческих возрастет до порогового уровня и превращается в побуждение. По прошлому опыту человек знает, как справиться с этим побуждением, и его мотивация ориентируется в сторону класса объектов, которые способны удовлетворить возникшее побуждение. При принятии решения о покупке выбранного товара прежде всего включаются индивидуальные различия, определяющие возможность покупки: – возможности потребителя – сможет ли потребитель позволить себе в финансовом плане позволить покупку ноутбука;

– мотивация и заинтересованность – желание купить; – знания – необходимая информация о характеристиках товара и их производителях; – личность, ценность, образ

жизни – эти характеристики влияют на цель использования товара. Внешние факторы: – личные влияния – на выбор товара влияют чаще всего друзья и родители; – семья – для кого из членов семьи товар более предназначен; – ситуация – описывается ситуация, потребность в товаре наибольшая. Возбужденный потребитель может заняться, а может и не заняться поисками дополнительной информации. Если побуждение оказывается сильным, а товар, способный его удовлетворить, легкодоступен, потребитель скорее всего совершит покупку. Если нет, то нужда может просто отложиться в его памяти. При этом потребитель может либо прекратить поиски информации, либо поискать еще немного, либо заняться активными поисками. Поиск информации бывает внешний и внутренний. Потребитель может получить информацию из нескольких источников: 1) личные источники: семья, друзья, соседи, знакомые; 2) коммерческие источники: реклама, продавцы, поставщики готовых товаров, дилеры, ярмарки, выставки, компьютерные данные; 3) публикации: обзоры сферы бизнеса, статьи в разделах специализированных изданий, рейтинги потребительских товаров, буклеты. Потребитель получает наибольший объем информации о товаре из коммерческих источников, то есть из источников, находящихся под сильным влиянием деятеля рынка. А самыми эффективными являются личные источники. Каждый вид источников может по-разному сказываться на принятии решения о покупке. Что касается источников информации, которыми пользуются потребители, фирма должна тщательно выявить их, а затем определить их сравнительную информационную ценность. У потребителей следует прежде всего поинтересоваться, как они впервые услышали о марке, какой еще информацией располагают, какое значение придают каждому из использованных источников информации. Подобные сведения будут иметь решающее значение при разработке эффективной коммуникации с целевым рынком. Следующая стадия процесса принятия решения потребителем – это оценка альтернативных вариантов выбора, установленных в процессе поиска. На этой стадии потребители ищут ответы на вопросы: «Какие варианты у меня есть?» и «Какой из них самый лучший?». Они сравнивают, сопоставляют, выбирают. Потребители соотносят то, что им известно о различных товарах и брендах, с тем, что они считают самым важным для себя, и постепенно сужают набор альтернатив, пока, наконец, не решат купить одну из них. Потребители часто изучают такие параметры, как количество, размер, качество и цена. Следующая стадия процесса принятия решения – покупка. Решившись на покупку, потребители далее проходят два этапа. На первом они выбирают розничного продавца (или иную форму покупки: каталог, электронную продажу – посредством ТВ или Интернета – или прямую продажу). Второй этап представляет собой выбор внутри магазина, который осуществляется под влиянием продавцов, витрин, электронных средств информации и рекламы в месте продажи. Следующая стадия процесса принятия решения – оценка продукта после потребления, когда потребители испытывают удовлетворение или неудовлетворенность. Потребитель удовлетворен покупкой, когда его ожидания совпадают с воспринимаемыми эксплуатационными показателями товара. Когда же опыт потребления и эксплуатационные показатели не оправдывают ожиданий, потребитель ощущает неудовлетворенность. Результаты потребления имеют значение потому, что потребители хранят свои оценки в памяти и обращаются к ним, принимая решения впоследствии. При высокой степени удовлетворения потребителя он будет принимать последующие решения о покупке намного быстрее. Цель занятия и задания Построить модель потребительского поведения при принятии решения о покупке выбранного товара.

Исходные данные Данные о выбранном товаре. Методические указания Работа выполняется в следующей последовательности. 1. Расписать комплекс осознания потребности для выбранного товара, указав индивидуальные отличия и внешние факторы. 2. Описать источники получения информации о товаре.

3. Составить и заполнить таблицу

Оценка параметров поиска информации потребителем при принятии решения о покупке товара Оценка, критерий Максимальный Средний Минимальный 1. Размах поиска Сколько магазинов посетил потребитель Сколько марок товара рассмотрено Сколько показателей товара проанализировано Сколько источников информации рассмотрено Сколько времени потрачено 2. Направления поиска Какие марки рассматривались Какие магазины потребитель посетил Какие показатели стиральной машины рассмотрены Какие источники информации использовались 3. Последовательность В каком порядке были посещены магазины В каком порядке рассматривались торговые марки стиральных машин В каком порядке использовались источники информации

4. Описать обобщенные и детерминантные критерии оценки альтернатив. 5. Описать процесс покупки. 6. Изобразить развернутую схему процесса принятия решения о покупке, касаясь выбранного товара.

Тема 2.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ОЦЕНКА ПРИВЕРЖЕННОСТИ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ

Приверженность к определенной торговой марке влияют на финансовоэкономические показатели, такие, как увеличение доли компании на рынке и относительные цены. Приверженность к торговой марке будет увеличиваться при

возрастании доверия. Приверженность к торговой марке возникает тогда, когда имеют место и намерение приобрести товар данной марки, и отношенческая приверженность к данной марке. Теоретические положения Во многих случаях потребитель следует неким правилам выбора товара, которые дают удовлетворительный вариант, но не оптимальный. Следующие правила применяются обычно для повторного выбора. Метод лексикографии предполагает, что решение принимается путем сравнения по наиболее важным показателям различных торговых марок. Если один вариант лучше – он выбирается. Если 2 и более – они сравниваются по 2-му из наиболее важных свойств. Метод отсеков применяется, когда отсеивается один из наиболее важных критериев. При использовании метода простой прибавки всем показателям присваиваются баллы, которые в последствии складываются. Цели занятия и задания 1. Изучить способы сравнения торговых марок. 2. Рассчитать рейтинг важности условного продукта: - методом лексикографии; - методом отсеков; - методом простой прибавки. 3. Рассчитать конкурентоспособность новой марки товара. 4. Сделать выводы и разработать предложения по росту уровня конкурентоспособности нового товара. Исходные данные Исходные данные для расчета приверженности к торговой марке представлены в таблице 2.1.

Для расчета уровня конкурентоспособности выбирается одна из существующих торговых марок и предполагаются характеристики новой торговой марки товар. Для примера расчета уровня конкурентоспособности холодильника берутся данные из таблицы 4.1. Таблица 4.1 Исходные данные Значения Показатели

Наша марка Конкурент Технические показатели объем, дм³ 150 165 объем морозильника, дм³ 50 67 температура морозильника, °С -5 -10 уровень шума, дБ 15 10
Итого

Экономические характеристики цена, у.е. 400 450 потребляемая энергия, кВт 3 5
Итого

Методические указания Работа выполняется в следующей последовательности. 1. Показатели изучаемого товара расставляют в порядке важности для потребителя. 2. Характеристики изучаемого товара заменяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «плохо». Возможна также более детальная оценка, например «очень хорошо». 3. Таблица для оценки приверженности к торговой марке примет следующий вид: Таблица 4.2 Форма для оценки приверженности к торговой марке
Марка Характеристики Порядок важности А Б В Г Д Самая важная 1 оценка оценка оценка оценка оценка 2 оценка оценка оценка оценка оценка 3 оценка оценка оценка оценка оценка 4 оценка оценка оценка оценка оценка Самая неважная 5 оценка оценка оценка оценка

4. При оценке приверженности к торговой марке методом лексикографии первоначально берется самая важная характеристика и выделяются лишь те торговые марки оценка у которых «отлично». Если таких марок только одна, то она и выбирается. Если таких марок несколько, их сравнивают по следующей характеристике. 5. При оценке приверженности к торговой марке методом отсеков первоначально берется самая важная характеристика и выделяются лишь те торговые марки оценка у которых входит в выбранный диапазон. Т.е., например, подходят торговые марки с оценками от «отлично» до «очень хорошо», а может еще и «хорошо». Потребитель сам выбирает данный

диапазон. Остальные отсеиваются, пока не останется только одна. 6. При оценке приверженности методом простой прибавки каждой оценке придается цифровое значение. Например «отлично» будет соответствовать 5, «плохо» – «2». Затем суммируются оценки по разным характеристикам торговых марок. Наибольшая приверженность будет у той торговой марки, которая набрала больше всего баллов. 7. При оценке конкурентоспособности все характеристики изучаемого товара делятся на технические и единичные. 8. Единичный параметр по каждой из характеристик получается путем деления показателя нашей марки на показатель конкурента. 9. Выставляется важность каждого из показателей в коэффициентах от единицы. 10. Определяется групповой параметр путем умножения единичного параметра на его удельный вес важности.

11. Расчетные данные заносятся в таблицу Оценка приоритетности торговой марки
Значения Показатели

Наша марка	Конкурент	Единичный параметр	Важность	Групповой параметр
Технические показатели	1	2	3	Итого
Экономические характеристики	4	5		
Итого				

12. Интегральный показатель получается путем деления суммы групповых технических характеристик на сумму групповых экономических.

13. Делается вывод о приоритетности новой торговой марки. Если интегральный показатель больше единицы, то наша марка превосходит марку конкурента.

Тема 3.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Сегментация рынка – деление большого рынка на более мелкие группы индивидуальных или институциональных потребителей, которым свойственны некоторые общие характеристики. Теоретические положения Цель сегментации рынка состоит в

выявлении групп покупателей, на категории в зависимости от их знаний о товаре, отношения к нему или реакции на его различных покупателей. Цели занятия и задания 1. Определить ценность покупки того или иного товара для потребителя. 2. Провести сегментацию рынка автомобиля, фотоаппарата, горнолыжного курорта, мобильного телефона и первоначально выбранного вами товара для выполнения всех заданий. 3. Оценить согласованность мнений экспертов. 4. Обосновать целесообразность группировки оценок представителей в более крупные объединения. 5. Оценить производственную программу по выпуску выбранного вами товара. Исходные данные. Ниже перечислены признаки, которые подлежат объединению в группы: 1) женатый/замужняя; 2) одинокий; 3) учащийся; 4) собственник жилья; 5) жилец; 6) бизнесмен; 7) служащий; 8) безработный; 9) до 16 лет; 10) от 16 до 25 лет;

11) от 25 до 40 лет; 12) от 40 до 50 лет; 13) от 50 до 75 лет; 14) более 75 лет; 15) доход до 50\$; 16) доход 50-100\$; 17) доход 100-250\$; 18) доход 250-500\$; 19) доход свыше 500\$; 20) высший и высший средний класс; 21) средний класс; 22) высококвалифицированный рабочий; 23) низший класс. Исходные данные для выполнения лабораторной работы или решения задач на практических занятиях, представлены в таблицах 3.1 и 3.2.

Таблица 3.1

Сегментация потребителей Товар

Личные характеристики

Автомобиль

Фотоаппарат

Горнолыжный курорт

Мобильный телефон

Ваш товар

1	2	3	4	5	6	1. Женатый / замужняя	2. Одинокий	3. Учащийся	4. Собственник
жилья	5. Жилец	6. Бизнесмен	7. Служащий	8. Безработный	9. От 16 лет				
10. От 16 до 25 лет	11. От 25 до 40 лет								

Окончание табл. 3.1	1	2	3	4	5	6	12. От 40 до 50 лет	13. От 60 до 75 лет	14. Более 75 лет	15. Доход до 50\$	16. Доход 50-100\$	17. Доход 100-250\$	18. Доход 250-500\$	19. Доход свыше 500\$	20. Высший и высший средний класс	21. Средний класс	22. Высококвалифицированный рабочий	23. Низший класс	Итого
---------------------	---	---	---	---	---	---	---------------------	---------------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------------	---------------------	-----------------------	-----------------------------------	-------------------	-------------------------------------	------------------	-------

Таблица 3.2

Оценка производственной программы

Население всего (100%) =

40% 34% ?

? ? ? ? Сегмент Женщины Мужчины Дети Стиль потребления Консерваторы Авангардисты Консерваторы Авангардисты - Спрос на следующие виды продукции 100% 100% 100% 1. из материала А нет ? нет ? нет 2. из материала Б ? нет ? нет ? 3. из материала В ? нет ? нет ? Процент желающих приобрести ? ? ? ? ? Необходимое количество товаров

100% 100% 100% 1. из материала А нет ? нет ? нет 2. из материала Б ? нет ? нет ? 3. из материала В ? нет ? нет ?

Методические указания Для выполнения сегментации рынка заполняется форма, показанная в таблице 3.1. В данную таблицу вносятся задания по индивидуальному варианту и выполняются следующие расчеты. 1. Признаки, перечисленные в исходных данных необходимо объединить в 6 подгрупп, каждую из которых следует озаглавить. 2. Необходимо определить ценность покупки автомобиля, фотоаппарата, горнолыжного курорта, мобильного телефона и первоначально выбранного вами товара для выполнения всех заданий. Далее необходимо расставить баллы (от 1 до 5) по приоритетности покупки того или иного товара, исходя из личных характеристик испытуемых. Далее оценивается согласованность мнений экспертов по оценке привлекательности товара. Согласованность мнений экспертов определяется по формуле (3.1):

$$W = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \frac{R_j}{n} = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m \frac{R_j}{n} \quad (3.1)$$

где S – сумма квадратов отклонений; m – число групп; n – число товаров. Для оценки согласованности мнений экспертов выбираются 2 группы признаков. Если выбранной вами группой будет – объединение по возрастному признаку, то данную оценку можно провести путем заполнения таблицы 3.3. Таблица 3.3 Оценка согласованности мнений экспертов

Оценки по товарам	Признак					
	Автомобиль	Фотоаппарат	Горнолыжный курорт	Мобильный телефон	Ваш товар	1 2 3 4 5 6
от 16 лет						
от 16 до 25 лет						
от 25 до 40 лет						
от 40 до 50 лет						
от 50 до 75 лет						
Возраст более 75 лет						

Окончание табл. 3.3 1 2 3 4 5 6

Общая сумма рангов

Средняя сумма рангов

Отклонение от суммы рангов

Квадрат отклонений

В случае, если согласованность мнений экспертов (W) будет не менее 0,6, то можно сделать вывод о том, что согласованность мнений экспертов высока и существует возможность объединения экспертов в более крупные группы. Следует также предложить варианты такого объединения. В случае выбора других групп признаков анализ проводится аналогично, в таблице 3.2 заменяется лишь признак. Далее надо рассчитать необходимую программу выпуска изделия. Для этого следует заполнить таблицу 3.2. Первоначально следует знать общее население Республики. Далее, исходя из предположения, что 40% населения – это женщины, 34% – мужчины, остальные – дети, определить численность каждого сегмента. Выбрать три модификации товара для оценки программы выпуска. Модификационным признаком, например, может быть материал, из которого изготавливается товар. Исходя из предположения, что покупатели как мужчины, так и женщины могут быть консерваторами и авангардистами, заполнить процент приверженности той или иной модификации товара, в зависимости от стиля

потребительского поведения. В каждой группе (мужчины, женщины, дети) общее количество процентов приверженности должно быть равным 100. Также необходимо заполнить процент желающих приобрести товар и в каждой группе он будет равен 100. Далее по формуле (3.2) определяется, какое количество товаров какой модификации необходимо изготовить.

$$Q = N \cdot \%D \cdot \%S$$

где N – количество людей в группе; %D – процент спроса на изделие; %S – процент желающих приобрести. Также необходимо рассчитать количество товаров, различной модификации для постановки на производство.

Тема 4.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ОЦЕНКА ОЖИДАНИЙ И СОБЛЮДЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, А ТАКЖЕ АНАЛИЗ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ

Цели занятия и задания 1. Определить ожидания различных участников рынка по поводу вашего товара. 2. Определиться с преимуществами выхода на рынок новой марки выбранного товара. 3. Изучить права потребителей. 4. Провести анализ печатной рекламы. Исходные данные 1. Данные о выбранном товаре. 2. Закон о защите прав потребителей. Методические указания Работа выполняется в следующей последовательности: 1. Провести обобщенный анализ рекламы по следующим 8 позициям: – объект рекламы; – для кого реклама предназначена; – основное содержание; – канал распространения; – особенности прохождения рекламной компании; – контроль учета; – способ изготовления; – расчет затрат. 2. Оценить ожидания различных рыночных субъектов, путем заполнения таблицы со следующими столбцами:

Ожидания различных субъектов рынка

Ожидания потребителя изготовителя государства

Свойства товара
Конкурентные преимущества
Объем покупки
Частота покупки
Место покупки
Маркетинговые свойства

3. Описать преимущества выхода на рынок с выбранным товаром. 4. Ответить на следующие вопросы: 4.1. Что в права потребовать потребитель, которому продали товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом? (4 ответа) 4.2. Что может служить подтверждением факта покупки товара? (4 ответа) 4.3. Каким образом может быть разрешен спор о причинах возникновения недостатком товара? 4.4. С какого момента начинается срок гарантии на товар?

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» - выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;

- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 1.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Темы рефератов

1. Процесс потребительских решений
2. Осознание потребности и информационный поиск

Тема 2.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Темы рефератов:

1. Мотивация, личность и эмоции
2. Персональные ценности и жизненный стиль

Тема 3.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
	аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Темы рефератов

1. Кросскультурные вариации в поведении потребителей
2. Группы и групповые коммуникации

Тема 4.

Проверяемые компетенции

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Темы рефератов

1. Деловое покупательское поведение
2. Консюмеризм. Права потребителей

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескриптор	Минимальный от	Изложенный, раскрытый отв	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания отв
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 2 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
----------	------------

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

Проверяемые компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенции
<i>и</i>	

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Вопросы к зачету :

1. Поведение потребителя: определение, значение, содержание
2. Маркетинг и поведение потребителя: взаимосвязь и стратегии.
3. Стратегия маркетинга и поведение потребителей.
4. Развитие и современное состояние науки о поведении
5. Процессы принятия решения, его особенности, этапы потребительского решения.
6. Модели процесса принятия решения, их сравнительный анализ.
7. Факторы, влияющие на процесс принятия решений о покупке.
8. Типы процессов принятия решений потребителем.
9. Диагностика поведения потребителя, теория и практика.
10. Осознания проблемы и маркетинговые решения.
11. Информационный поиск, его характеристика и влияние на решение о покупке.
12. Влияние рекламы на поведение потребителя.
13. Оценка вариантов перед покупкой: содержание и особенности этапа.
14. Значение предпокупочной оценки вариантов для маркетинговых решений.
15. Покупка: содержание этапа покупки, характеристики покупателей и выбор источника покупки.
16. Процессы после покупки: потребление товаров и услуг, оценка альтернативы после покупки и освобождение от продуктов использования.
17. Обработка информации и восприятие. Память в восприятии.

18. Восприятие как фактор влияния на поведение потребителя.
19. Обучение потребителя. Теория и практика обучения потребителей.
20. Роль памяти в процессе обучения.
21. Мотивация. Сила и направление мотивации. Мотивационный конфликт.
22. Потребительская мотивация и самовосприятие.
23. Классификация потребностей потребителя и теории мотивации.
24. Вовлеченность потребителей: уровни вовлеченности, измерение вовлеченности.
25. Сегментация по уровням вовлеченности. Стратегии по увеличению вовлеченности.
26. Обучение: определение, методы, основные характеристики.
27. Память в обучении. Классическое и инструментальное обусловливание, их составляющие.
28. Методы изучения влияния внутренних факторов на поведение потребителя.
29. Мотивация: определение, факторы, динамика процесса мотивации. Самовосприятие.
30. Методы оценки потребности. Потребительская мотивация и стратегия маркетинга.
31. Личность. Теории личности. Методы изучения личности.
32. Фрейдистская и неопрейдистские теории личности.
33. Социально-психологическая теория.
34. Теория характерных особенностей личности (теория черт).
35. Теория самооценки. Самооценка как фактор влияния на поведение потребителя
36. Ценности. Набор ценностей. Применение системы ценностей для объяснения поведения потребителей.
37. Шкала ценностей Рокича.
38. Шкала ценностей Шварца.
39. Метод многоступенчатого анализа.
40. Образы жизни и психографика. Психографический анализ.
41. Психографическая сегментация. Система анализа ценностей и образа жизни.
42. Модели VALS и LOV.
43. Эмоции, их классификация, методы измерения.

44. Персональные ценности. Концепция жизненного стиля.
45. Психографика: методы исследования жизненного стиля и личностных характеристик потребителей.
46. Ресурсы потребителей, их типы.
47. Экономические ресурсы, их измерение. Покупательная способность.
48. Временные ресурсы.
49. Познавательные (когнитивные) ресурсы.
50. Содержание знания потребителя. Организация и измерение знаний потребителя.
51. Отношения потребителей и его компоненты: сила и функции. ABC-модель отношений.
52. Изучение отношений потребителя с помощью многофакторных моделей.
53. Многоатрибутная модель отношения. Модель Фишбейна (Fishbein).
54. Изменение отношений посредством взаимодействия. Интерактивное взаимодействие.
55. Формирование отношений. Принцип последовательности. Теории: познавательного диссонанса, самовосприятия, социального суждения, баланса.
56. Глобальные потребительские рынки: стратегия и структура.
57. Экономические, политические, научно-технические и природные факторы, их влияние на поведение потребителя.
58. Демографический анализ.
59. Влияние культуры на сферу потребления.
60. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии.
61. Ситуационные факторы, их основные характеристики.
62. Ситуации коммуникации. Ситуации покупки.
63. Ситуации использования покупки и маркетинговые стратегии.
64. Факторы ситуационного влияния и маркетинговые стратегии.
65. Социальные классы и поведение потребителя.
66. Методы маркетинговых исследований и определение социальных классов.
67. Социальная стратификация и маркетинговая стратегия.
68. Маркетинг в различных сегментах социальных классов.

69. Типы референтных групп и формы их влияния на поведение потребителя.
70. Модели персонального влияния .
71. Использование персонального влияния в маркетинговой стратегии.
72. Диффузия инноваций и поведение.
73. Семья как объект изучения поведения потребителей.
74. Влияние семьи и домашнего хозяйства (домохозяйства) на решения о покупке.
75. Потребительская социализация
76. Организационные рынки, их характеристика
77. Модели поведения потребителя на организационных рынках.
78. Факторы организационного стиля, покупающий центр.
79. Программы привлечения покупателей на организационном рынке.
80. Этика: понятие, принципы, проблема относительности (доклады и дискуссия).
81. Понимание прав потребителей: история развития консьюмеризма, важность и основные направления исследования.
82. Закон РФ о защите прав потребителей
83. Профессиональная этика и консьюмеризм.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса.

Реферат оценивается также по четырехбалльной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно» на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Решение задач	Рефераты	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,3	0,2	0,1	0,4	
оценка					

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. – Москва: Экономистъ, 2012. – 525с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1).
2. Блэкуэлл Р., Минниард П., Энджелл Дж. Поведение потребителей 10-е изд. Перевод с англ. - СПб.: Питер, 2013. - 944с.: ил. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1).

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику/Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 304 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1).
2. Гордон Я. Маркетинг потребительских отношений / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013. – 384 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1)
3. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ. Уч. пос. – М.: Издат. дом. «Вильямс», 2013 – 688 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1)
4. Дойль. П. Маркетинг – менеджмент и стратегии / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013. – 514 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1)
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2014. – 784 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1)

7.3. Нормативные документы

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

7.4. Для самостоятельной работы

1. Крылов И.В. Маркетинг (психология маркетинговых коммуникаций). – М.: Центр, 2011 – 189 с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1)
2. Ламбен Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок / Перевод. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. — СПб. : Питер, 2013. — 800 е.
3. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. /Перев. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 720 с.
4. Майкл. П. Соломон. Поведение потребителей. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2011. – 440с. Точки доступа: Библиотека БФУ им. И. Канта, 1 экземпляр: ч.з.N5,6; 1, 1 (1).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. www.cfin.ru – библиотека публикаций по менеджменту, маркетингу и финансам (<http://www.cfin.ru/marketing/index.shtml>)

2. www.marketing-ua.com – международная маркетинговая группа (статьи по маркетингу / стратегический маркетинг)
3. www.md-marketing.ru - все о маркетинге
4. www.marketing.spb.ru – библиотека маркетинга
5. www.4p.ru – маркетинг «4P»
6. www.iteam.ru – технологии корпоративного управления (маркетинговое управление, стратегическое управление)
7. www.eur.ru – библиотека экономико-управленческой литературы
8. www.sf-online.ru – журнал «Секрет фирмы»,
9. <http://www.dis.ru/market/index.html> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Обучающимся следует выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Word - текстовый процессор
2. Microsoft Excel - табличный процессор
3. Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций
4. Microsoft Visio - приложение для работы с бизнес-диаграммами и

техническими диаграммами

Перечень информационных справочных систем

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED — панель.
- 4) Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Предпринимательское право»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	6
4.3. Самостоятельная работа студентов.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	7
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	11
6.3.1 Тестовые задания.....	11
6.3.2 Темы докладов.....	19
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине.....	23
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	25
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	26
7.1. Основная учебная литература.....	26
7.2. Дополнительная учебная литература.....	26
7.3. Для самостоятельного изучения.....	26
7.3. Нормативные документы.....	27
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	27
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	32
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	32

Наименование дисциплины (модуля)

«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Предпринимательское право» является изучение правовых основ предпринимательской деятельности в условиях современного развития рыночной экономики России, теории и практики применения норм права предпринимательского права в соотношении с материалами практики разрешения экономических споров

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: <ul style="list-style-type: none">– понятие и сущность предпринимательства– особенности основных виды предпринимательства– организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности;– нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Уметь: <ul style="list-style-type: none">– самостоятельно анализировать произошедшие изменения в законодательстве о предпринимательской деятельности, применять его опыт при осуществлении профессиональной деятельности;– работать с источниками предпринимательского права;– грамотно составлять юридические документы по проблемам применения или реализации законодательства о предпринимательской деятельности	УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
Владеть: <ul style="list-style-type: none">– навыками применения норм предпринимательского законодательства		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Предпринимательское право» представляет собой дисциплину базовой части профессионального цикла (Б1.О.19) дисциплин подготовки студентов по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-2	-	Предпринимательское право	Выполнение выпускной квалификационной работы
УК-11	-	Предпринимательское право	Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на I курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	8
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	4
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	28,25
Самостоятельная работа	187,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права	54	2	25	4	22	1		
Тема 2. Основные виды предпринимательства	53	2	25	4	21	1		
Тема 3. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности	54	2	25	4	22	1		
Тема 4. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности	54	2	25	4	22	1		
Итого	216	8	100	16	87	4	0,25	0,75
Контактная работа	28,25	8		16		4	0,25	
Самостоятельная работа	187,75		100		87			0,75
Промежуточная аттестация							Зачет	

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права	История возникновения и сущность предпринимательства. Основные функции предпринимательства. Условия, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности. Сущность предпринимательского права и его место в системе права. Современные тенденции в развитии подходов к предпринимательскому праву.
2.	Основные виды предпринимательства	Производственное предпринимательство и особенности его правового регулирования. Коммерческое предпринимательство и особенности его правового регулирования. Финансовое предпринимательство и особенности его правового регулирования.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		Консалтинговое предпринимательство и особенности его правового регулирования
3.	Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности	Организационно-правовые формы (ОПФ) хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-коммерческими организациями. ОПФ хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-некоммерческими организациями. ОПФ хозяйствующих субъектов без образования юридического лица
4.	Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности	Механизмы правового регулирования деятельности коммерческих предприятий. Регулирование ценообразования. Прибыль как цель функционирования коммерческого предприятия. Порядок создания и ликвидации предприятия. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права	Основные функции предпринимательства. Условия, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности. Сущность предпринимательского права и его место в системе права
2.	Основные виды предпринимательства	Производственное предпринимательство и особенности его правового регулирования. Коммерческое предпринимательство и особенности его правового регулирования. Финансовое предпринимательство и особенности его правового регулирования. Консалтинговое предпринимательство и особенности его правового регулирования. Особенности правового регулирования внешнеэкономической деятельности
3.	Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности	Организационно-правовые формы (ОПФ) хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-коммерческими организациями. ОПФ хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-некоммерческими организациями. ОПФ хозяйствующих субъектов без образования юридического лица. Тенденции изменения организационно-правовых форм в международном праве.
4.	Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности	Механизмы правового регулирования деятельности коммерческих предприятий. Регулирование ценообразования. Прибыль как цель функционирования коммерческого предприятия. Порядок создания и ликвидации предприятия. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности

4.3. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права	Самостоятельное изучение вопросов: – Условия, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности; – Современные тенденции в развитии подходов к предпринимательскому праву.
2.	Основные виды предпринимательства	Самостоятельное изучение вопросов: – Консалтинговое предпринимательство и особенности его правового регулирования; – Особенности правового регулирования внешнеэкономической деятельности.
3.	Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности	Самостоятельное изучение вопросов: – ОПФ хозяйствующих субъектов без образования юридического лица; – Тенденции изменения организационно-правовых форм в международном праве.
4.	Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности	Самостоятельное изучение вопроса «Порядок ликвидации предприятия» Подготовка доклада с презентацией по теме «Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности».

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права	УК-2, УК-11	тестирование		письменно
Тема 2. Основные виды предпринимательства	УК-2, УК-11	тестирование		письменно
Тема 3. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности	УК-2, УК-11	тестирование		письменно
Тема 4. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности	УК-2, УК-11	тестирование доклад		письменно устно
			зачет	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их Формирования

Код компетенции	УК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	владение навыками поиска нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	1, 2,

2	владение навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	3, 4
---	---	------

Код компетенции	УК-11	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	владение навыками поиска нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	1, 2,
2	владение навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	3, 4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	

Способность искать, анализировать и использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, зачет
---	-------------------------------	------------------------------------	---	---------------------

Код компетенции	УК-11- Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность искать, анализировать и использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне,

подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
---	--	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Понятие и сущность предпринимательства и предпринимательского права

Проверяемые компетенции

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Текст вопроса

Варианты ответов

В каком году понятие «предприниматель» впервые появилось в экономической литературе?

1. 1623
2. 1723
3. 1823
4. 1923

Когда в экономической теории начали исследовать

1. в XVI веке

- предпринимательство?
2. в XVII веке
 3. в XVIII веке
 4. в XIX веке
- Кто из перечисленных ученых первым начал исследовать предпринимательство?
1. Адам Смит
 2. Жан-Батист Сэй
 3. Людвиг фон Мизес
 4. Ричард Кантильон
- Кто из перечисленных ученых риск считал главной чертой предпринимателей и относил к их числу не только крестьян, ремесленников, купцов, но и пиратов, нищих, разбойников?
1. Адам Смит
 2. Жан-Батист Сэй
 3. Людвиг фон Мизес
 4. Ричард Кантильон
- Кому из перечисленных ученых принадлежит определение предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли?
1. Адам Смит
 2. Жан-Батист Сэй
 3. Людвиг фон Мизес
 4. Ричард Кантильон
- Кто из перечисленных ученых обосновал активную роль предпринимателя как экономического агента, комбинирующего факторы производства?
1. Адам Смит
 2. Жан-Батист Сэй
 3. Людвиг фон Мизес
 4. Ричард Кантильон
- Кто из перечисленных ученых первым включил в целевые мотивы предпринимательства, помимо получения прибыли, потребность во влиянии, радость творчества от самостоятельной деятельности?
1. Адам Смит
 2. Жан-Батист Сэй
 3. Йозеф Шумпетер
 4. Ричард Кантильон
- Что из перечисленного, согласно Перу Давидссону, относится к предпринимательской деятельности?
1. новое предложение (продукта, услуги, набора, отношения цена/ценность)
 2. организационное изменение (реорганизация, передача управления и т.п.)
 3. обычный бизнес (непредпринимательский рост)
- Что такое «Русская правда»?
1. Одна из газет XIX века

- | | |
|---|--|
| <p>Чем занималось большинство населения России к концу XIX века?</p> <p>Чем занималось большинство населения России к концу XIX века?</p> | <ol style="list-style-type: none"> 2. Летопись XVIII века 3. Сборник правовых норм Древнерусского государства 4. Поэма Некрасова <ol style="list-style-type: none"> 1. торговлей 2. работой на мануфактурах и фабриках 3. государственной и воинской службой 4. земледелием и кустарными промыслами |
|---|--|

Тема 2. Основные виды предпринимательства

Проверяемые компетенции

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Текст вопроса	Варианты ответов
<p>Какой вид предпринимательства характеризуется объединением на добровольной основе людей, которые совместно владеют предприятием и ведут хозяйственную деятельность с целью удовлетворения своих общих потребностей?</p> <p>Какой вид предпринимательства активно развивается, являясь основным видом предпринимательства, в условиях плановой экономики?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Производственное предпринимательство 2. Кооперативное предпринимательство 3. Совместное предпринимательство 4. Муниципальное предпринимательство <ol style="list-style-type: none"> 1. Кооперативное предпринимательство 2. Совместное предпринимательство 3. Муниципальное предпринимательство 4. Государственное предпринимательство
<p>Для какого вида предпринимательства характерно объединение собственника и управляющего в одном лице?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Малое предпринимательство 2. Среднее предпринимательство 3. Крупное предпринимательство 4. Все перечисленные виды
<p>Для какого вида предпринимательства характерно делегирование</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Малое предпринимательство

собственником части управленческих функций наемному менеджеру?

2. Среднее предпринимательство
3. Крупное предпринимательство
4. Все перечисленные виды

К какому виду предприятий согласно действующему законодательству РФ, относится предприятие, на котором работает 75 человек, а объем годовой выручки равен 200 млн. руб.?

1. Малое предприятие
2. Среднее предприятие
3. Крупное предприятие
4. Микропредприятие

К какому виду предприятий согласно действующему законодательству РФ, относится предприятие, на котором работает 150 человек, а объем годовой выручки равен 200 млн. руб.?

1. Малое предприятие
2. Среднее предприятие
3. Крупное предприятие
4. Микропредприятие

К какому виду предприятий согласно действующему законодательству РФ, относится предприятие, на котором работает 90 человек, а объем годовой выручки равен 450 млн. руб.?

1. Малое предприятие
2. Среднее предприятие
3. Крупное предприятие
4. Микропредприятие

К какому виду предприятий согласно действующему законодательству РФ, относится предприятие, на котором работает 270 человек, а объем годовой выручки равен 100 млн. руб.?

1. Малое предприятие
2. Среднее предприятие
3. Крупное предприятие
4. Микропредприятие

Тема 3. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности

Проверяемые компетенции

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Текст вопроса
Какая организационно-

Варианты ответов
1. акционерное общество

правовая форма является самой распространенной в Российской Федерации в настоящее время?

2. коммандитное товарищество
3. некоммерческая организация
4. общество с ограниченной ответственностью

Какая из перечисленных организационно-правовых форм является наименее распространенной в Российской Федерации в настоящее время?

1. закрытое акционерное общество
2. общество с ограниченной ответственностью
3. некоммерческая организация
4. производственный кооператив

Какая из перечисленных организационно-правовых форм характеризуется разделением уставного капитала на доли между учредителями, которые не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей?

1. закрытое акционерное общество
2. открытое акционерное общество
3. общество с дополнительной ответственностью
4. общество с ограниченной ответственностью

Как называются коммерческие организации, не наделенные правом собственности на закрепленное за ними собственником имущество?

1. унитарные предприятия
2. производственные кооперативы
3. хозяйственные общества
4. хозяйственные товарищества

При какой форме интеграции участники получают возможность использования преимуществ корпоративной структуры при сохранении юридической и хозяйственной самостоятельности участников?

1. при жесткой интеграции
2. при мягкой интеграции
3. при любой форме интеграции
4. ни при какой форме интеграции

Какая форма интеграции предполагает потерю участниками своей юридической и хозяйственной самостоятельности и превращение их в подразделение концерна, треста и пр.?

1. при жесткой интеграции
2. при мягкой интеграции
3. при любой форме интеграции
4. ни при какой форме интеграции

Как называется

1. картель

организационная форма объединения предприятий, при которой участники сохраняют свою юридическую, производственную и коммерческую самостоятельность, заключая соглашения о разделе сфер влияния?

2. консорциум
3. концерн
4. синдикат

К какому виду организационно-правовых форм относятся сельскохозяйственные артели?

1. хозяйственные товарищества
2. хозяйственные общества
3. хозяйственные партнерства
4. производственные кооперативы

К какому виду организационно-правовых форм относятся акционерные общества?

1. хозяйственные товарищества
2. хозяйственные общества
3. хозяйственные партнерства
4. производственные кооперативы

К какому виду организационно-правовых форм относятся общества с ограниченной ответственностью?

1. хозяйственные товарищества
2. хозяйственные общества
3. хозяйственные партнерства
4. производственные кооперативы

Тема 4. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности

Проверяемые компетенции

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Текст вопроса

Варианты ответов

<p>Должно ли быть уникальным название общества при регистрации?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Да, обязательно. 2. Нет, можно выбирать любое наименование. 3. Можно выбрать схожее название в том случае, если предприятие занимается другим видом деятельности 4. Можно выбрать схожее название в том случае, если предприятие находится в другом регионе.
<p>Можно ли использовать в наименовании общества слова «Российская Федерация», «Россия», «Москва», а также и производные от них?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Да, можно в любом случае. 2. Нет, нельзя. 3. Можно только для открытых акционерных обществ 4. Можно при условии получения разрешения и оплаты госпошлины
<p>Можно ли за юридический адрес юридического лица взять адрес прописки гражданина?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Да, можно в любом случае. 2. Нет, нельзя. 3. Можно только для производственных кооперативов 4. Можно только для некоммерческих обществ
<p>Каков минимальный размер уставного фонда общества с ограниченной ответственностью?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 10 000 руб. 2. 50 000 руб. 3. 100 000 руб. 4. 500 000 руб.
<p>Кто руководит деятельностью компании в процессе ликвидации?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Учредители. 2. Налоговый инспектор. 3. Ликвидационная комиссия во главе с ее председателем. 4. Собрание трудового коллектива

Какова нормативная длительность срока рассмотрения заявки на лицензирование деятельности лицензионной палатой?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 5 дней. 2. 15 дней. 3. 45 дней. 4. 3 месяца
Что из перечисленного относится к видам государственного контроля?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Налоговый контроль 2. Валютный контроль 3. Таможенный контроль 4. Верны все варианты ответов
Какова максимально возможная продолжительность мероприятия по государственному контролю?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 3 рабочих дня 2. Одна неделя 3. 12 рабочих дней 4. Один месяц с возможным продлением на еще один месяц
Как часто государственный орган может проводить плановые мероприятия по контролю в отношении одного юридического лица или индивидуального предпринимателя?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Как угодно часто, законом не установлены ограничения. 2. Не более чем один раз в месяц 3. Не более чем один раз в год 4. Не более чем один раз в два года
Каким образом регулируются цены на перевозки пассажиров всеми видами общественного транспорта?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Устанавливаются фиксированные цены. 2. Устанавливаются предельные максимальные цены. 3. Устанавливаются предельные минимальные цены. 4. Устанавливается предельный уровень рентабельности.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Темы докладов

Доклад – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель подготовки доклада – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При подготовке доклада необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы доклада;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Подготовка доклада подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Подготовка презентации по теме доклада (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует

применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Тема 4. Особенности правового регулирования предпринимательской деятельности
Проверяемые компетенции

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Темы докладов

1. Лицензирование разработки, производства, распространения шифровальных (криптографических) средств и информационных систем;
2. Лицензирование деятельности по выявлению электронных устройств, предназначенных для негласного получения информации;
3. Лицензирование разработки и производства средств защиты конфиденциальной информации;
4. Лицензирование деятельности по технической защите конфиденциальной информации;
5. Лицензирование деятельности по хранению и уничтожению химического оружия;
6. Лицензирование деятельности по эксплуатации взрывопожароопасных и химически опасных производственных объектов I, II и III классов опасности;
7. Лицензирование деятельности по тушению пожаров в населенных пунктах, на производственных объектах и объектах инфраструктуры, по тушению лесных пожаров;
8. Лицензирование деятельности по монтажу, техническому обслуживанию и ремонту средств обеспечения пожарной безопасности зданий и сооружений;
9. Лицензирование деятельности по производству лекарственных средств;
10. Лицензирование деятельности по производству медицинской техники;
11. Лицензирование деятельности в области использования возбудителей инфекционных заболеваний человека и животных;
12. Лицензирование деятельности по перевозкам внутренним водным транспортом, морским транспортом пассажиров;
13. Лицензирование деятельности по перевозкам внутренним водным транспортом, морским транспортом опасных грузов;
14. Лицензирование деятельности по перевозкам воздушным транспортом пассажиров;
15. Лицензирование деятельности по перевозкам воздушным транспортом грузов;
16. Лицензирование деятельности по перевозкам пассажиров автомобильным транспортом, оборудованным для перевозок более восьми человек;
17. Лицензирование деятельности по перевозкам железнодорожным транспортом пассажиров;
18. Лицензирование деятельности по перевозкам железнодорожным транспортом опасных грузов;
19. Лицензирование деятельности по осуществлению буксировок морским транспортом;

20. Лицензирование деятельности по обезвреживанию и размещению отходов I — IV классов опасности;
21. Лицензирование деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах;
22. Лицензирование деятельности по трудоустройству граждан Российской Федерации за пределами территории Российской Федерации;
23. по активному воздействию на гидрометеорологические и геофизические процессы и явления;
24. по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации;
25. проведению экспертизы промышленной безопасности.

Тема доклада также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы докладов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов	Только ответы	Ответы на	Ответы на	Нет ответов на

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
на вопросы	на элементарные вопросы	вопросы полные и/или частично полные	вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания доклада

Оценка «Отлично» – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Оценка «Хорошо» – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Оценка «Удовлетворительно» – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки или основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Оценка «Неудовлетворительно» – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами или основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании доклада

Критерии	Показатели
Новизна текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме; - соответствие содержания теме и плану; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;

Критерии	Показатели
	- литературный стиль.

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется **«зачтено»**, **«не зачтено»**.

Проверяемые компетенции:

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Вопросы к зачету:

1. Понятие, признаки и виды предпринимательской деятельности. Функции предпринимательства.
2. Понятие предпринимательского права и его место в системе права.
3. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица: порядок регистрации, правовой статус индивидуального предпринимателя.
4. Понятие и виды субъектов предпринимательского права.
5. Правовое положение хозяйственных товариществ.
6. Правовое положение обществ с ограниченной ответственностью.
7. Правовое положение акционерных обществ.
8. Правовое положение акционерных обществ работников (народных предприятий).
9. Правовое положение производственных кооперативов.
10. Правовое положение государственных и муниципальных унитарных предприятий.
11. Порядок учреждения и государственной регистрации коммерческих организаций.
12. Объединения предпринимателей: виды, правовое положение. Ассоциации и союзы.
13. Порядок прекращения деятельности коммерческих организаций.
14. Правовое положение особых экономических зон по законодательству РФ.
15. Понятие и нормативно-правовая база несостоятельности (банкротства). Предупреждение банкротства.
16. Основания признания предприятия банкротом. Фиктивное и преднамеренное банкротство.
17. Наблюдение как процедура банкротства.

18. Финансовое оздоровление как процедура банкротства.
19. Внешнее управление как процедура банкротства.
20. Конкурсное производство. Порядок удовлетворения требований кредиторов.
21. Мировое соглашение по Федеральному закону «О несостоятельности (банкротстве)».
22. Правовой статус арбитражного управляющего.
23. Особенности банкротства градообразующих организаций.
24. Несостоятельность (банкротство) индивидуального предпринимателя.
25. Правовой режим имущества, используемого для предпринимательской деятельности.
26. Правовой режим денег (денежных средств) в предпринимательской деятельности.
27. Правовой режим объектов, индивидуализирующих предпринимателей и производимую ими продукцию.
28. Правовой режим коммерческой тайны.
29. Правовое регулирование рынка ценных бумаг.
30. Порядок выпуска и обращения эмиссионных ценных бумаг в РФ.
31. Правовой режим капиталов и фондов коммерческой организации.
32. Понятие и правовые основы приватизации государственного и муниципального имущества.
33. Субъекты и объекты приватизации государственного и муниципального имущества.
34. Планирование и порядок приватизации государственного и муниципального имущества.
35. Способы приватизации государственного и муниципального имущества.
36. Понятие, субъекты и виды инвестиционной деятельности.
37. Правовой режим иностранных инвестиций
38. Правовое регулирование инвестиций на основе соглашений о разделе продукции.
39. Государственное регулирование инвестиционной деятельности.
40. Понятие, цели и принципы государственного регулирования предпринимательской деятельности.
41. Средства, формы и методы государственного регулирования предпринимательства.
42. Государственное регулирование качества продукции, работ, услуг.
43. Государственное регулирование установления и применения цен на товары, работы и услуги.
44. Правовые основы и порядок лицензирования деятельности субъектов предпринимательства.
45. Государственная поддержка малого предпринимательства.
46. Монополистическая деятельность и недобросовестная конкуренция.
47. Государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства.
48. Правовое регулирование деятельности субъектов естественных монополий.
49. Установление обязательных требований по обеспечению безопасности при осуществлении предпринимательской деятельности.
50. Налогообложение предпринимательской деятельности. Виды налогов и сборов.
51. Права и обязанности предпринимателей налогоплательщиков.
52. Способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов.
53. Ответственность за нарушение налогового законодательства.
54. Правовое регулирование бухгалтерского учета в предпринимательской деятельности.
55. Правовые основы бухгалтерской и статистической отчетности.
56. Правовое регулирование аудиторской деятельности
57. Правовое регулирование страховой деятельности.
58. Правовое регулирование строительной деятельности.
59. Ответственность в сфере предпринимательской деятельности: понятие, основания, виды санкций.

КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение докладов, тестов, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование проводится после изучения тем учебного курса.

Доклад оценивается по четырехбалльной системе. При оценке докладов оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет)

	Тестирование	Подготовка доклада	Промежуточный контроль (зачет)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,4	0,2	0,4	1
оценка				

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

346

П 711

Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учеб. для бакалавриата и магистратуры/ Финанс. ун-т при Правительстве РФ; под ред. Г. Ф. Ручкиной. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 527 с.: ил. - (Бакалавр. Магистр. Академический курс). - Библиогр. в конце гл.. - Лицензия до 27.10.2020 г.. - ISBN 978-5-9916-4628-4: 17039.61, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

334

С 170

Самарина, В. П.

Основы предпринимательства [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ В. П. Самарина. - Москва: КНОРУС, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 222 с.. - Лицензия до 2021 г.. - ISBN 978-5-406-00726-6: 15000.00, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 2: ЭБС Кантиана(1), ч.з.N1(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

347

Р 765

Российское предпринимательское право: учебник/ [Р. С. Бевзенко [и др.] ; под ред. В. А. Хохлова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: РИОР; Москва: ИНФРА-М, 2014. - 451, [1] с. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр. в конце гл.. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-369-01187-4. - ISBN 978-5-16-006959-3: 484.00, 516.89, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 36: УБ(35), ч.з.N7(1)

Предпринимательское право [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры/ под ред. Н. И. Косяковой. - 3-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 447 с.. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-04352-5: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Балашов А.И. Предпринимательское право. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности: [учеб. пособие]: для бакалавров и специалистов. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2011. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.

2. Государственное и договорное регулирование предпринимательской деятельности: коллектив. моногр./ под науч. ред. В. С. Белых. - Москва: Проспект, 2015. - 245, [1] с. Имеются экземпляры в отделах: ч.з. N7(1)
3. Нилов К. Н. Предпринимательское право. Практикум: учеб. пособие. - М.: Флинта: МПСИ, 2012. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
4. Попондопуло В.Ф. Коммерческое (предпринимательское) право: учебник. - 4-е изд., перераб. и доп.. – М.: ИНФРА-М, 2015. - 607 с. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
5. Предпринимательское право России: учеб. для бакалавров / отв. ред. В.С. Белых; Урал. гос. юрид. акад.. – М.: Проспект, 2015. - 649 с. Сетевой ресурс. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 1.
6. Предпринимательское право России: учеб. для бакалавров/ Урал. гос. юрид. акад.; отв. ред. В. С. Белых. - Москва: Проспект, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 647 с. (Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Кантиана (1), ч.з. N1(1))
7. Предпринимательское право Российской Федерации / Отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. – М.: Норма, 2011. . Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
8. Предпринимательское право. Практический курс / отв. ред.: Е.П. Губин, П. Г. Лахно; - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: НОРМА, 2011. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
9. Предпринимательское право: учеб. для бакалавров / отв. ред.: И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина. – М.: Проспект, 2015. – 621 с. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
10. Российское предпринимательское право: учебник / отв. ред.: И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова. - 4-е изд.. – М.: Проспект, 2014. – 803 с. Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.
11. Российское предпринимательское право: учебник / под ред. В. А. Хохлова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: ИНФРА-М, 2014. УБ, Имеются экземпляры в отделах: Ч.з. № 7.

7.3. Нормативные документы

1. Конституция РФ. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.
2. Гражданский кодекс РФ (части первая, вторая и третья) (с изм. и доп.);
3. Арбитражный процессуальный кодекс РФ от 24 июля 2002 г. (с изм. и доп.);
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм. и доп.);
5. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» (с изм. и доп.);
6. Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. г. № 28-ФЗ «Об акционерных обществах» (с изм. и доп.);
7. Федеральный закон от 8 мая 1996 г. № 41-ФЗ «О производственных кооперативах» (с изм. и доп.);
8. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (с изм. и доп.).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Алгоритм подготовки и защиты доклада

Доклад - краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Доклад должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Доклад отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако доклад — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к защите доклада.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

2. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего доклада, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.
6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;

2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;

3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;

4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,

5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Реклама и HR»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Реклама и HR»	1
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1 Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Тематика самостоятельных работ	8
Изучение нормативных документов, регламентирующих рекламную деятельность в РФ ...	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	13
6.3.1 Тестовые задания.....	13
6.3.2. Индивидуальные задания	15
6.3.3 Темы рефератов и презентаций.....	17
6.3.4. Решение ситуационных задач	21
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	22
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	24
а) основная учебная литература	24
б) дополнительная учебная литература.....	24
7.3. Нормативные документы.....	24
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	31
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	32

Наименование дисциплины (модуля) «Реклама и HR»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Реклама и HR» является изучение теоретических основ рекламы, создание комплексного представления о рекламе как перспективно развивающейся области профессиональной коммуникации; выработка у студентов профессионального взгляда на рекламную деятельность и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик; формирование у студентов понимания роли рекламы и ее особенности в HR–менеджменте.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, функции и виды рекламы; - цели и задачи рекламы и HR; - специфику запуска и управления программами по коммуникации и HR в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных. 	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свободно разбираться в системе терминов и представлений, связанных с понятиями в области рекламы, различать функции, направления и средства, каналы распространения рекламной информации, - формировать контент рекламных носителей для различных целевых аудиторий, - проводить исследование различных форм и конкретных инструментов планирования и реализации коммуникативных и HR проектов; - определить категории выбора каналов распространения рекламы; - анализировать конкурентную среду на рынке труда; - выбирать целевую аудиторию, анализировать ее предпочтения; - выявлять закономерности развития коммуникационных и HR-процессов; - определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя; - выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя 		

Владеть: - методиками сегментирования потребителей; - инструментами Интернет- рекламы (таргетинг, ретаргетинг); - принципами и технологиями брендинга; -практическими навыками в области организации коммуникативных и HR-процессов в деятельности компаний		
---	--	--

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина «Реклама и HR» представляет собой дисциплину по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.06.01)дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-5	Цифровая организация бизнеса Бухгалтерский учет	<u>Реклама и HR</u>	Анализ хозяйственной деятельности Интернет- маркетинг Интернет-предпринимательство

Дисциплина изучается: на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	52, 25
Часов аудиторных занятий, всего	
Самостоятельная работа	163,75
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа			
Тема 1.Реклама: сущность, основные понятия, виды.	34	2	12	4	12	4		
Тема 2. Государственное регулирование рекламной деятельности	25	2	12	2	5	4		
Тема 3. Каналы распространения рекламы	40	2	12	2	20	4		
Тема 4. Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.	63	4	12	2	41	4		
Тема 5.Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию	53	6	15	6	22	4		
Итого	216	16	63	16	100	20	0,25	0,75
Контактная работа	52,25	15		15		22	0,25	
Самостоятельная работа	163,75		63		100			0,75
Промежуточная аттестация		зачет						

4.1 Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности	Определение понятий «реклама», сходство и различие с другими видами коммуникации. Признаки рекламы. Основные функции рекламы. Основные функции рекламы. Классификация рекламы. Субъекты и объекты рекламы. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка. Основные игроки рекламного рынка.
2	Государственное регулирование рекламной деятельности	Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики
3	Каналы распространения рекламы	Виды каналов распространения рекламы. Основные каналы распространения рекламы: телевизионная реклама, реклама в прессе, наружная, реклама на транспорте, реклама на радио, Интернет-реклама, реклама в кино, печатная реклама, сувенирная реклама, реклама на выставках и ярмарках. Нетрадиционные каналы распространения рекламы.
4	Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.	Рекламная политика. Рекламная стратегия. Виды целей рекламной политики. Разработка плана рекламной кампании: основные этапы. Концепции формирования рекламного бюджета.
5	Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию	Сущность кадровой рекламы. Инструменты маркетинга в HR. Реклама на рынке труда. Анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на формирование плана набора персонала и мероприятий по его реализации. Методы для определения общей потребности в кадрах. Методы привлечения персонала. Источники набора персонала. Отбор и анализ целевой аудитории. Ценностное предложение работодателя. Рекламирование вакансий. Анализ информационных каналов на рынке труда. Оценка эффективности рекламной кампании при подборе кадров.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	<p>Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций</p> <p>Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности</p>	<p>История развития рекламы, ее содержание, социально-экономическое значение. Роль и место рекламы в рыночной экономике . Современный отечественный и зарубежный рынок рекламы: состояние, особенности, тенденции</p>
2.	<p>Государственное регулирование рекламной деятельности. Организации, осуществляющие общественное регулирование рекламной деятельности.</p>	<p>Основные законодательные акты и нормативы в области регулирования видов коммуникационной деятельности. ГОСТ Р52044. Закон РФ «О рекламе».</p> <p>Виды организаций, осуществляющих общественное регулирование рекламной деятельности.</p>
3.	<p>Каналы распространения рекламы</p>	<p>Состав специализированных компаний-подрядчиков на рекламном рынке.</p> <p>Специфика деятельности (услуг) компаний медиа селлеров/байеров.</p> <p>Услуги, предоставляемые исследовательскими организациями.</p> <p>Направления деятельности компаний, оказывающих не рекламные услуги.</p> <p>Влияние рекламных идентификаторов на восприятие рекламы целевыми потребителями</p>
4.	<p>Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.</p>	<p>Рекламные мероприятия. Разработка рекламной программы. Решение о средствах распространения информации.</p>
5.	<p>Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию</p>	<p>Планирование привлечения персонала с помощью бренда привлекательного работодателя. Этапы набора и отбора персонала. Сегментирование целевой аудитории. Анализ и отбор внешних источников привлечения персонала. Разработка ценностного предложения работодателя.</p>

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности	Рынок рекламных услуг. Субъекты рекламного рынка. Сравнительный анализ рекламы в России и за рубежом.
2.	Государственное регулирование рекламной деятельности. Организации, осуществляющие общественное регулирование рекламной деятельности.	Изучение нормативных документов, регламентирующих рекламную деятельность в РФ Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики. Функции организаций, осуществляющих общественное регулирование рекламной деятельности.
3.	Каналы распространения рекламы	Виды каналов распространения рекламы. Основные каналы распространения рекламы: телевизионная реклама, реклама в прессе, наружная, реклама на транспорте, реклама на радио, реклама в кино, каналы, распространения, рожденные новыми технологиями, не медийные средства рекламы печатная реклама, сувенирная реклама, реклама на выставках и ярмарках. Нетрадиционные каналы распространения рекламы.
4.	Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.	Участники рекламного процесса. Главные и второстепенные организации рекламного рынка. Рекламодатели. Рекламные посредники.
5.	Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию	Обоснование источников набора и отбора персонала Внутренние источники привлечения персонала. Основные компоненты ценностного предложения работодателя. Ключевые характеристики EVP. Тестирование концепции на ЦА. Креативная концепция: элементы, ключевые провайдеры

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК -5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности		Тестирование, индивидуальные задания, реферат		письменно устно устно
Тема 2. Государственное регулирование рекламной деятельности.		индивидуальные задания		устно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Организации, осуществляющие общественное регулирование рекламной деятельности, их функции.				
Тема 3. Каналы распространения рекламы		Тестирование, индивидуальное задание, реферат		письменно устно устно
Тема 4. Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.		индивидуальные задания, реферат		устно устно
Тема 5. Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию		Решение ситуационной задачи, реферат		письменно устно
			зачет	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-5	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Знание теоретико-методических основ рекламы	Обладает базовыми знаниями в области рекламной деятельности, включая ее правовое обеспечение и умеет применять их в своей профессиональной деятельности. Умеет определить место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций компании.	1-3
2 Владение навыками управления рекламной деятельностью	Знание специфики таргетированной рекламы и ее роль в HR. Умение создать рекламные материалы с учетом специфики рынка и отраслевого сегмента деятельности компании. Обладание навыками организации, планирования и оценки результатов рекламной кампании	4-5

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК -5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ			Тип ФОС
	Уровни сформированности компетенций			
Показатели оценивания	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретико-методических основ рекламы и владение навыками управления рекламной деятельностью Способность оценивать планируемые и фактические результаты эффективности рекламной кампании при подборе кадров	Знание основополагающих понятий и категории рекламы; характерных черт, функций, принципов и целей рекламы	Способность принимать участие в управлении и организации работы с рекламными службами для достижения целей HR; осуществлять оперативное планирование и контроль рекламной работы	Уверенное владение методиками сбора и анализа информации необходимой для определения целевой аудитории, с последующей интерпретацией полученных результатов. Способность использовать их при принятии решений в области рекламы и HR	Решение ситуационных задач, выполнение тестовых и индивидуальных заданий, реферат. Зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

ОПК -5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------	--

Тема 1. Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности (для примера приведены закрытые вопросы с единственно правильным вариантом ответа).

1. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

- a) потребители;
- b) рекламодатели;
- c) рекламодатели;
- d) целевые аудитории.

2. Связь рекламы с маркетингом заключается в:

- a) атрибутах товара (услуги);
- b) продвижении;
- c) целях и задачах дисциплины;
- d) объекте воздействия.

3. Исторически первая форма массовой рекламы:

- a) рекламные сувениры;
- b) реклама в газетах;
- c) печатная реклама;
- d) наружная реклама.

4. Рекламой является:

- a) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы;
- b) выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы;
- c) сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы.

5. Прямая реклама использует следующие формы:

- a) письма, открытки;
- b) каталоги, проспекты;
- c) рекламные ТВ-ролики;
- d) календари.

Тема 3. Каналы распространения рекламы

1. Лицо, представляющее рекламное агентство и осуществляющее от его имени контакты с другими организациями в качестве посредника или партнера:

- a) агент
- b) агентство рекламное
- c) адресный каталог
- d) анимационная реклама

2. Сотрудник творческого отдела РА, в задачи которого входит формирование творческой концепции рекламной кампании и контроль ее адекватного воплощения:

- a) анкета
- b) анонимный товар
- c) антропоморфизм (в рекламе)
- d) арт-директор

3. Информационное издание, которое используется при организации прямой почтовой рекламы и содержит полные списки фирм (работников) одной или нескольких отраслей экономики по всей стране или в конкретном регионе:

- a) агент
- b) агентство рекламное
- c) адресный каталог
- d) анимационная реклама

4. Средство наружной рекламы и рекламы в Интернете. Размещается на месте продажи, в витринах, проходах между стеллажами, на стенах торгового зала. В Интернете размещается на сайте и обычно имеет форму полоски. Нажатие на этот элемент приводит к автоматическому переходу на сайт рекламируемой фирмы с описанием товара и пр.:

- a) биллборд
- b) афиша
- c) баннер
- d) баннерная рекламная кампания

5. Вывеска, витрина, плакат - жанры:

- a) печатной рекламы

- б) радиорекламы
- в) наружной рекламы

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2. Индивидуальные задания

Целью индивидуальных заданий является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; выполнение индивидуальных заданий позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемая компетенция

ОПК -5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------	--

Тема 1. Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности

Задание 1

1. Исследовать отечественный рынок рекламы в цифрах, статистических показателях и объемах продаж.
2. Подготовить материал для доклада.
3. Подготовить выступление для круглого стола «Великие креаторы рекламы».

Задание 2

1. На конкретном примере покажите коммуникационные характеристики рекламы: коммерческой, социальной, политической.
2. На конкретном примере покажите коммуникационные характеристики рекламы: государственной, рекламы территорий, личностной.

Тема 2 Государственное регулирование рекламной деятельности

1. Изучить Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

2. Подготовить мультимедийный материал с комментариями, касающийся нарушения отдельных положений Закона РФ «О рекламе».

Задание 2

1. Познакомиться в интерактивном режиме с деятельностью общественной организации АКАР. Выявить основные направления деятельности этой организации.

2. Познакомиться в интерактивном режиме с деятельностью антимонопольного комитета. Выявить основные направления деятельности этой организации.

3. Подготовить сообщение о результатах предпринятых действий, касающихся «нарушителей»-рекламодателей.

Тема 3. Каналы распространения рекламы

Задание 1

В поисках региональных дилеров компания- производитель игровых приставок решила экспонироваться в городе X на выставке товаров для детей. Но неожиданно организаторы перед началом выставки резко снизили уровень специализации выставки и предоставили оставшиеся места розничным торговым организациям, предлагающим товары народного потребления, в том числе электронику, косметику, парфюмерию, продукты питания и т.д.

Вопрос: Какой выход из положения следует предпринять сотрудникам фирмы, чтобы не нарушить условия участия в выставке?

Задание 2

1. Проанализировать основные характеристики рекламы, неличный характер, односторонняя направленность, общественный характер, неопределенность результата, эмоциональность.

2. Выявить задачи рекламы: экономические, социальные, культурологические.

3. Обосновать функции рекламы: информационная, экономическая, коммуникационная, корректирующая, функция управления спросом.

4. Проиллюстрировать на конкретных примерах роль рекламы как инструмента продвижения и сбыта.

Тема 4. Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.

Задание 1

1. Обосновать понимание рекламной деятельности как социального института

2. Дать характеристику роли рекламы в маркетинговом процессе

3. Охарактеризовать коммуникативные концепции маркетинга и выбор целевой аудитории рекламы в маркетинговом процессе

Задание 2

1. Показать механизмы взаимодействия с рекламным агентством.

2. Провести сравнительный анализ масштаба и потенциала агентства полного цикла рекламы в маркетинговом процессе

3. Проанализировать стратегию и тактику взаимодействия с клиентами сотрудников рекламного агентства полного цикла.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения проверки индивидуальных заданий используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Проверяемая компетенция

ОПК -5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
--------	--

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;

- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 стр. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании реферата необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план реферата, в котором следует отразить: введение, в котором ставится цель и задачи исследования; историю и теорию вопроса (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); основную часть работы; заключение, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий; приложение (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме реферата (задания)

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

- объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;
- объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;
- при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;
- главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Темы рефератов

Тема 1. Реклама: сущность, основные понятия, виды. Черты сходства и черты различия с другими видами коммуникаций Предпосылки возникновения коммуникационной деятельности

1. Участники рекламного процесса: характеристика, особенности.
2. Альберт Ласкер – «отец современной рекламы»: принципы рекламы, рекламные кампании.
3. Новаторское наследие Уолтера Томпсона в рекламе.

Тема 3. Каналы распространения рекламы

1. Критерии выбора каналов распространения рекламы.
2. Реклама в Интернет. Основные носители, особенности производства рекламного продукта.
3. Информационные технологии в рекламе
4. Преимущества и недостатки печатных и электронных СМИ как носителей рекламы.

Тема 4. Рекламная политика, стратегия и тактика. Структуры и виды рекламных агентств.

1. Рекламная кампания как интеграционный механизм продвижения глобального бренда «X» на российский рынок
2. Рекламные стратегии вывода нового бренда «X» на российский рынок
3. Интернет как рекламная площадка и средство коммуникации.
11. Разработка рекламной кампании в сети.

Тема 5. Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию

1. Таргетированная реклама для HR
2. Сущность и роль ретаргетинга для HR
3. Роль рекламы при отборе и найме персонала
4. Инструменты маркетинга в HR
5. Подбор персонала с использованием социальных сетей

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

Критерии	Показатели
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.4. Решение ситуационных задач

Проверяемая компетенция

ПК -8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
-------	---

Пример ситуационной задачи

Тема 5. Кадровая реклама. Сущность и планирование привлечения персонала в организацию

Задача 1.

Описание ситуации. Высококвалифицированные повара и кондитеры не могут найти работу, соответствующие их запросам.

Задача. Поиск работодателей.

Определить и обосновать выбор интернет- площадки с позиции количества лидов в продаже , а также срок размещения информации.

Разработать примеры обращений.

Задача 2.

Описание ситуации. На региональный рынок розничной торговли внедряется крупный «игрок».

Задача. Поиск сотрудников по актуальным вакансиям.

Определить и обосновать выбор Интернет- площадки с позиции количества лидов в продаже и срок размещения информации.

Разработать примеры обращений.

Проанализируйте результаты двух задач и объясните различия в путях их решения

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения ситуационной задачи

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения;

Оценка	Критерии оценивания
	<ul style="list-style-type: none"> – студент дает четкий, полный, правильный ответ на поставленный вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационной задачи, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационной задачи, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решена ситуационная задача; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационной задачи.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является зачет, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Проверяемая компетенция

ПК -8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
-------	---

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной

науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

Вопросы к зачету

1. Реклама: понятие, виды и средства.
2. Современный отечественный рынок рекламы: состояние, особенности, тенденции.
3. Современный зарубежный рынок рекламы: состояние, особенности, тенденции.
4. Этические стандарты и регуляционные механизмы рекламной деятельности (Закон РФ «О рекламе», Европейские Кодексы профессионального поведения в области рекламы).
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) как ресурс оптимизации рекламной кампании.
6. Наружная реклама: цель, задачи, базовые носители
7. Медиапланирование рекламной кампании. Принципы размещения рекламной информации в СМИ.
8. Стимулы и динамика рекламного воздействия.
9. Технология структурирования основного рекламного текста (ОРТ).
10. Стилистика и приемы визуального представления рекламной информации.
11. Правовое регулирование рекламы в России.
12. Критерии выбора каналов распространения рекламы.
13. Рекламная кампания: цели, задачи и виды рекламной кампании.
14. Этапы разработки плана и графика проведения рекламной кампании.
15. Роль рекламы в HR
16. Маркетинг в HR как новая функция бизнеса

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение тестовых, индивидуальных заданий, рефератов, решение ситуационных задач, а также посещаемость занятий, активность при выполнении заданий, результаты выполнения практических заданий.

Реферат оценивается по пятибалльной системе (подробнее указано в п. 6.3.3). Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы. Более подробно критерии оценки реферата студента представлены в п. 6.3.3 настоящей РПД.

Критерии оценки выполнения тестовых, индивидуальных заданий и решение ситуационных задач представлены в п. 6.3.1, 6.3.2 и 6.3.4 соответственно.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования, по результатам которого ставится оценка «зачтено», «не зачтено».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература

1. Л. Н. Федотова. **Реклама: теория и практика: учеб. для акад. бакалавриата/** Л. Н. Федотова.-Москва: Юрайт, 2019.- 391 с.

2. Сулягин, Ю.А. **Реклама: Учебник/** Ю. А. Сулягин, В. В. Петров- СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003. – 382 с.

б) дополнительная учебная литература

1. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для вузов/ Фрэнк Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 523 с.

2. Миллер А. **Реклама: энциклопедия для всех/ Миллер, А-** М.: Вершина, 2003.- 252 с.

3. Н. В. Аниськина. Наружная **реклама: [учеб. пособие]/ [сост.: Н. В. Аниськина, Т. Б. Кольшикина]-**Москва: Форум Москва: ИНФРА-М, 2014.- 207 с.

4. М. В. Ягодкина. **Реклама в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие для бакалавров и специалистов/** М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]-Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2014.- 302 с.

7.3. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями).

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (с изменениями и дополнениями) «О средствах массовой информации».

3. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (с изменениями и дополнениями) «О государственной тайне».

4. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).

5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

7. Федеральный закон от 27.11.2010 N 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации » (с изменениями и дополнениями).

а. Для самостоятельной работы

1. Кириллова В.Л. PR в некоммерческом секторе. М., Берлин, изд.:Директ-Медиа., 2015.
2. ЭБС.В.А Ефстафьев, А.В. Молин . Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник.- М., Дашков и К., 2016
3. Давар Н. Идеальный маркетинг: о чем забыли 98% маркетологов, М., изд.:Альпина Паблишер, 2016.
4. Чаган Н.Г. PublicRelations в рекламе реального маркетинга. – М., Кнорус, 2016
- 5.В.А Ефстафьев, А.В. Молин . Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник.- М., Дашков и К., 2016
6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. - М.: Дашков и К., 2011.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
 2. Официальный сайт журнала «Рекламные технологии» - <http://www.rectech.ru/journal/anons.html>;
 3. Официальный сайт журнала «Рекламные идеи» - <http://www.advi.ru/>;
 4. Официальный сайт журнала «Рекламодатель. Теория и практика» -
 5. <http://www.reklamodatel.ru/>;
 6. Официальный сайт журнала «Практика рекламы» -
 7. <http://www.reklamodatel.ru/>.
- ### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального

«руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат — письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса).
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения “я”.
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

— обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

— основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

— рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения.

— общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на

несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...»

III «Заключение. Выводы». В заключение реферата студент должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал.
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад — публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад — вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода

предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно: какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:

 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;

в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;

г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;

д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.

2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.

3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.

4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.

5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.

6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).

7. Приступайте к оформлению выступления:

— составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;

— не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

— свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.

2. Соответствие теме сообщения.

3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.

4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.

5. Правильность используемой терминологии.

6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.

7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.

8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
- 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
- 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
- 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
- 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты.

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков — не менее 24.
- Для информации — не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.

- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
 - С текстом;
 - С таблицами;
 - С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-2.kantiana.ru/>)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Статистика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«СТАТИСТИКА».....	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	5
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	6
4.2. Тематика практических занятий.....	7
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	9
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	10
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	12
6.3.1 Тестовые задания.....	12
6.3.2 Задачи.....	18
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине.....	25
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	31
7.1. Основная учебная литература.....	31
7.2. Дополнительная учебная литература.....	31
7.3. Нормативные документы.....	32
7.4. Для самостоятельной работы.....	32
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	33
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	33
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	34
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	34

Наименование дисциплины (модуля)

«СТАТИСТИКА»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Статистика» является овладение обучающимися основными положениями общей теории статистики, навыками проведения статистического исследования, развитие у обучающихся навыков анализа социально-экономических явлений и процессов общественной жизни, а также формирование знаний методологических основ и практическое овладение приемами экономико-статистического анализа.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения по дисциплине	Компетенции	
	Код	Содержание
Знать: систему показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь: осуществлять сбор и анализ массовых данных, характеризующих деятельности хозяйствующих субъектов;		
Владеть: инструментами анализа статистических процессов в экономике		
Знать: способы сбора и обработки массовых данных, необходимых для анализа деятельности хозяйствующих субъектов	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: интерпретировать результаты анализа массовых данных о деятельности хозяйствующих субъектов		
Владеть: инструментами анализа динамических процессов в экономике инструментами моделирования взаимосвязей между экономическими явлениями и процессами		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Статистика» представляет собой дисциплину обязательной части профессионального цикла (Б1.О.10) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Методы и модели прогнозирования Маркетинг	Статистика	Международный маркетинг Управленческий учет в маркетинге Маркетинг в социальных медиа Оценка деятельности персонала Выполнение выпускной квалификационной работы Защита выпускной квалификационной работы

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Математика Теория вероятностей и математическая статистика Маркетинг	Статистика	Маркетинговые исследования Финансовый менеджмент Маркетинговый анализ Бухгалтерский учет Поведение потребителей Маркетинговое консультирование Экономическая безопасность Учебная ознакомительная практика Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика Производственная преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на _____ 2 _____ курсе в _____ 3 _____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,35
Часов аудиторных занятий, всего	76,35
Самостоятельная работа	103,65
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Раздел 1 Теория статистики								
Тема 1. Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	10	2	1	2	4	1		
Тема 2. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	19	2	6	4	6	1		
Тема 3. Метод средних величин и вариационный анализ.	20	4	4	4	6	2		
Тема 4. Анализ рядов динамики.	20	4	4	4	6	2		
Тема 5. Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	20	4	4	4	6	2		
Тема 6. Индексный метод.	21	4	6	4	6	1		
Тема 7 Выборочное наблюдение	17	2	6	2	6	1		
Раздел 2. Макроэкономическая статистика	0							
Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	27	6	8	4	8	1		
Тема 9. Статистика финансов.	25	4	8	4	8	1		
Итого	180	32	47	32	56	12	0,35	0,65
Контактная работа	76,35	32		32		12	0,35	
Самостоятельная работа	103,65		47		56			0,65
Промежуточная аттестация		экзамен						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	Понятие о статистике как науке. Возникновение учета и статистики. Предмет статистической науки. Метод статистики. Основные категории и понятия статистики: статистическая совокупность, единица совокупности, признак, вариация, статистический показатель, система показателей. Понятие и основные этапы статистического исследования. Программа и информационная база статистического наблюдения. Источники статистической информации. Организационные формы и виды статистического наблюдения. Объект наблюдения, единица наблюдения. План статистического наблюдения и его составные части. Программа статистического наблюдения. Сущность выборочного метода. Виды выборочного наблюдения социально-экономических явлений и процессов.
2.	Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	Значение абсолютных и относительных величин для статистического анализа данных. Абсолютные величины как непосредственный результат статистической сводки. Относительные величины, их виды и способы выражения. Взаимосвязь абсолютных и относительных величин. Сущность статистической сводки материалов статистических наблюдений и её задачи. Метод группировки статистических данных. Виды статистических группировок. Многомерные группировки. Метод классификации социально-экономических явлений. Статистическая таблица и её элементы. Правила построения таблиц. Виды таблиц. Графические методы в статистике.
3.	Метод средних величин и вариационный анализ.	Средняя величина и ее сущность. Метод средних как один из важнейших приемов научного обобщения. Виды средних и способы их вычисления. Структурные средние. Использование средних величин в статистическом анализе. Сущность и значение вариации. Виды, методики исчисления, свойства абсолютных, средних и относительных показателей вариации. Дисперсия, ее виды и свойства. Меры вариации для сгруппированных данных: общая дисперсия, групповая, межгрупповая. Правило сложения дисперсий. Использование показателей вариации в статистическом анализе.
4.	Анализ рядов динамики.	Ряды динамики. Виды статистических рядов динамики. Показатели, характеризующие динамику процессов и явлений. Анализ рядов динамики: выявление типа тренда и вычисление его параметров; изучение сезонных и циклических колебаний. Интерполяция и экстраполяция в рядах динамики. Основная тенденция ряда динамики (тренд) и способы ее выявления. Выравнивание рядов динамики. Метод укрупнения интервалов. Метод скользящей средней. Аналитическое выравнивание. Прогнозирование развития социально-экономических явлений и процессов на основе выявления тренда и характеристик колеблемости.
5.	Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	Понятие о статистической связи. Основные задачи применения корреляционно-регрессионного анализа. Методы выявления статистической связи. Понятие о корреляционной зависимости. Типы и формы связей. Парная и множественная корреляция. Показатели корреляции и регрессии. Коэффициент детерминации. Уравнение регрессии, его формы. Определение параметров уравнения регрессии методом наименьших квадратов. Многомерный статистический анализ: множественная регрессия и корреляция. Отбор факторов, выбор формы уравнения регрессии. Определение параметров множественной регрессии. Оценка связи качественных признаков. Моделирование и прогнозирование социально-экономических процессов на основе регрессионных моделей.
6.	Индексный метод.	Понятие об индексах. Сфера их применения и классификация. Индивидуальные и общие индексы. Агрегатный индекс как основная форма общего индекса. Индексируемые величины. Соизмеримость индексируемых величин. Веса индексов. Взаимосвязи важнейших индексов. Средний арифметический и гармонический индексы. Ряды индексов с постоянной и переменной базой сравнения, их взаимосвязь. Индексный метод анализа динамики среднего уровня. Индексы переменного состава, индексы постоянного состава, индексы структурных сдвигов. Факторный метод анализа. Определение абсолютного и относительного влияния фактора на результат. Территориальные индексы.
7.	Выборочное наблюдение.	Выборочное наблюдение. Понятие выборочного статистического исследования. Генеральная и выборочная совокупность. Основные способы формирования выборки. Определение объема выборки. Оценка результатов выборочного наблюдения. Малая выборка. Ошибки выборки. Способы распространения результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
8.	Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	Статистическая оценка условий социально-экономического развития общества: показатели статистики населения и окружающей среды. Статистическая оценка экономического развития страны: национальное богатство – понятие, состав, оценка; макроэкономические показатели результатов экономической деятельности государства. Понятие, содержание и общие принципы построения СНС. Группировки и классификации в СНС. Система макроэкономических показателей и методы их определения. Методология построения и анализа сводных счетов системы.
9.	Статистика финансов.	Статистика государственных финансов и налогов. Система статистических показателей финансовой деятельности предприятий и организаций. Статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен. Статистика банковской, биржевой деятельности, страхового и финансового рынка

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	Разбор основных понятий темы. Характеристика основных статистических школ. Работа с официальным сайтом государственных органов статистики. Составление программы конкретного статистического наблюдения, опросных листов, анкет. Определение оптимального объема выборки. Распространение результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность.
2.	Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	Решение задач по теме: расчет абсолютных, относительных показателей; проверка взаимосвязей между показателями; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов. Определение группировочных признаков; построение группировок по результатам наблюдения; расчет обобщающих показателей; оформление результатов группировки и интерпретация результатов исследования.
3.	Метод средних величин и вариационный анализ.	Решение задач по теме: расчет степенных средних показателей, обоснование формулы расчета; расчет абсолютных, средних и относительных показателей вариации, расчет структурных средних; построение графиков; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.
4.	Анализ рядов динамики.	Решение задач по теме: расчет абсолютных и средних показателей динамики (разными способами); обнаружение тренда (методами укрупнения интервалов, скользящей средней, аналитического выравнивания); выявление сезонных колебаний; прогнозирование значения ряда динамики; построение графиков; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.
5.	Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	Решение задач по теме: обнаружение взаимосвязи графическим и расчетным методами; подбор уравнения зависимости; нахождение параметров уравнения регрессии; расчет показателей тесноты связи; прогнозирование показателей; определение статистической значимости показателей; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.
6.	Индексный метод.	Решение задач по теме: расчет индивидуальных, сводных индексов в агрегатной форме; расчет средних индексов; расчет индексов средних величин (индексов постоянного, переменного состава и структурных сдвигов); увязка индексов в систему; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.
7.	Выборочное наблюдение.	Решение задач по теме: определение объема и формирование выборки; расчет ошибки выборочного наблюдения; распространение результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность.
8.	Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	Решение задач по теме: расчет показателей социально-экономического развития общества, экономического развития страны, уровня и качества жизни; расчет показателей СНС, проверка взаимосвязей и экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.
9.	Статистика финансов.	Решение задач по теме: расчет финансовых показателей, проверка взаимосвязей; экономическая интерпретация полученных результатов расчетов.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Введение в микроэкономику	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач Подготовка докладов по темам
2.	Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	Подготовка к тестированию по теме. Выполнение заданий по теме Составление программы наблюдения Разработка анкет, опросников
3.	Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	Подготовка к тестированию по теме. Решение задач по теме Разработка макета статистической таблицы Графическое изображение статистических данных Работа с базами статистических данных: расчет показателей структуры явлений, интерпретация результатов расчетов
4.	Метод средних величин и вариационный анализ.	Решение задач по теме
5.	Анализ рядов динамики.	Решение задач по теме Работа с базами статистических данных: расчет показателей динамики, выявление сезонности, характера тренда, интерпретация результатов расчетов
6.	Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	Решение задач по теме
7.	Индексный метод.	Решение задач по теме
8.	Выборочное наблюдение.	Решение задач по теме Составление программы наблюдения Разработка анкет, опросников
9.	Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	Решение задач по теме Выполнение заданий по теме курсовой работы Работа с базами статистических данных по теме курсовой работы
10.	Статистика финансов.	Решение задач по теме

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Онлайн-лекции
- Презентации и тексты лекций
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ПК-4	умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	УК-10 ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 2. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 3. Метод средних величин и вариационный анализ.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 4. Анализ рядов динамики.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 5. Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	УК-3 ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 6. Индексный метод.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 7. Выборочное наблюдение	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
Тема 9. Статистика финансов.	ОПК-2	решение задач тестирование		Письменно онлайн
	УК-10 ОПК-2		Экзамен	Письменно (онлайн)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	знание роли статистики в современных исследованиях социально-экономических явлений	1
2	способность оценивать различные источники и способы получения информации для решения профессиональных задач	5

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	способность рассчитывать статистические показатели, выявлять тенденции в развитии, определять характер вариации показателей	1,2,4
2	выработка навыков анализа и оценки уровня развития массовых социально-экономических явлений при помощи статистических методов	3,5,6,7,8,9

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-10Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность проводить расчеты статистических показателей в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, решение задач, экзамен

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, для проведения статистического исследования при решении профессиональных задач	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, решение задач, экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучающегося при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

1. Предметом изучения статистики являются статистические
 - а) единицы
 - б) показатели
 - в) совокупности
 - г) таблицы
2. Объектом изучения статистики являются
 - а) массовые явления
 - б) закономерности между явлениями
 - в) конкретные проявления закономерностей
 - г) статистические показатели
3. Представители какой школы родоначальников статистики использовали для изучения общественных явлений числовые характеристики (меры, веса, числа)
 - а) Немецкой описательной школы государственоведения
 - б) Английской школы политических арифметиков
 - в) Земских статистиков
 - г) Философско-математической школы
4. Качественной особенностью единицы совокупности называется
 - а) Показатель
 - б) Признак
 - в) Результат
 - г) Индекс
5. Статистические показатели – это

- а) множество единиц, обладающих массовостью, однородностью, определенной целостностью, взаимозависимостью состояний отдельных единиц и наличием вариации
- б) количественные характеристики соотношения признаков социально-экономических явлений и процессов
- в) результат измерения у единиц совокупности и совокупности в целом
- г) совокупность статистической отчетности

Тема 2. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Статистическая сводка имеет следующее определение
 - а) объединение единиц изучаемой совокупности по определенным существенным для них признакам
 - б) массовая, планомерная, научно-организованная регистрация отобранных признаков у единиц совокупности
 - в) комплекс последовательных операций по обобщению конкретных единичных фактов, образующих совокупность
 - г) система приемов и методов, направленных на изучение количественных закономерностей
2. Статистической группировкой называется
 - а) массовая, научно-организованная регистрация отобранных признаков у единиц совокупности
 - б) объединение единиц изучаемой совокупности по определенным существенным для них признакам
 - в) комплекс последовательных операций по обобщению единичных фактов, образующих совокупность
 - г) система приемов и методов, направленных на изучение количественных закономерностей
3. Разделение исследуемой качественно разнородной совокупности на классы, социально-экономические типы, однородные группы единиц называется ... группировкой
 - а) структурной
 - б) аналитической
 - в) множественной
 - г) типологической
4. Индивидуальные абсолютные величины характеризуют размеры явлений
 - а) У единицы совокупности
 - б) Присущих группе единиц
 - в) Присущих совокупности в целом
 - г) Средних для совокупности
5. Соотношение частей изучаемого объекта и их целого является относительной величиной
 - а) Сравнения
 - б) Структуры
 - в) Интенсивности
 - г) Координации

Тема 3. Метод средних величин и вариационный анализ

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Если данные сгруппированы, то для расчета средней величины используются
 - а) Простые формы расчета

- б) Взвешенные формы расчета
 - в) Только структурные средние
 - г) Средние величины не рассчитываются
2. Значение изучаемого признака, чаще всего встречающегося в ранжированной совокупности - это
 - а) Средняя арифметическая
 - б) Медиана
 - в) Мода
 - г) Средняя геометрическая
 3. К средним показателям вариации относятся...
 - а) Дисперсия
 - б) Размах вариации
 - в) Коэффициент вариации
 - г) Среднее линейное отклонение
 4. К относительным показателям вариации относятся...
 - а) Дисперсия
 - б) Размах вариации
 - в) Коэффициент вариации
 - г) Среднее линейное отклонение
 5. К видам дисперсии относятся...
 - а) Межгрупповую
 - б) Интервальную
 - в) Общую
 - г) Внутригрупповую
 - д) Параметрическую

Тема 4. Анализ рядов динамики

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Временные ряды (ряды динамики) – это (укажите правильный ответ)
 - а) расположенные в хронологическом порядке данные, характеризующие один и тот же объект за ряд последовательных моментов или периодов времени
 - б) сгруппированные данные, характеризующие один и тот же объект за ряд последовательных моментов или периодов времени
 - в) ранжированные данные, характеризующие один и тот же объект
 - г) уровни явления на определенную дату
2. Временной ряд состоит из следующих элементов
 - а) порядковый номер и индивидуальное значение признака
 - б) индивидуальное значение и вес признака
 - в) момент времени и уровень ряда
 - г) момент времени и вес признака
3. По какой формуле рассчитываются цепные показатели динамики временного ряда
 - а) по постоянной базе сравнения
 - б) по средней базе сравнения
 - в) по переменной базе сравнения
 - г) по средней арифметической
4. Уровень ряда динамики - это величина, которая ...
 - а) отображают определенные даты (моменты) времени
 - б) отображают отдельные периоды времени
 - в) характеризуют тенденцию
 - г) отображает количественную оценку развития во времени изучаемого явления
5. Каждый уровень временного ряда формируется под влиянием следующих групп факторов

- а) тенденция, выборочный характер наблюдения и случайные факторы
- б) циклические колебания, методика статического наблюдения и выборочный характер наблюдения
- в) момент времени и случайный фактор
- г) тенденция, циклические колебания и случайные факторы

Тема 5. Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

1. По форме связи в статистике классифицируются на (выберете правильный вариант)
 - а) линейные и криволинейные
 - б) прямые и обратные
 - в) закономерные и произвольные
 - г) сильные и слабые
2. Какой из перечисленных показателей используется для оценки тесноты связи между показателями при исследовании взаимосвязей
 - а) дисперсия
 - б) показатели корреляции
 - в) показатель осцилляции
 - г) критерий Фишера
3. КОЭФФИЦИЕНТ корреляции может принимать значение в пределах ...
 - а) от -1 до +1
 - б) от 4 до 0
 - в) от 0 до 1
 - г) от -1 до 0
4. ИНДЕКС корреляции может принимать значение в пределах ...
 - а) от -1 до +1
 - б) от 4 до 0
 - в) от 0 до 1
 - г) от -1 до 0
5. Коэффициент детерминации применяется для оценки ...
 - а) статистической значимости уравнения в целом
 - б) статистической значимости параметров уравнения
 - в) тесноты связи между двумя показателями в случае парной регрессии
 - г) характера вариации признаков, учтенных в уравнении

Тема 6. Индексный метод

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. По какой формуле определяется взаимосвязь между индексами товарооборота, цен и физического объема товарооборота
 - а) $I_{pq} = I_p \times I_q$
 - б) $I_p = I_{pq} \times I_q$

- в) $I_{pq} = I_p \div I_q$
 г) $I_q = I_{pq} \times I_p$
2. Статистический индекс – относительная величина, позволяющая (укажите верный вариант)
- охарактеризовать выборку
 - описать характер вариации в выборке
 - сравнивать сложные совокупности и их отдельные единицы
 - описать характер вариации признака в совокупности
3. Что характеризует индивидуальный индекс
- результат совместного измерения всех единиц изучаемой совокупности
 - изменение отдельных единиц совокупности
 - влияние индексируемой величины на соизмеритель
 - влияние соизмерителя на индексируемую величину
4. По какой формуле можно определить взаимосвязь между индексами затрат, себестоимости и физического объема произведенных товаров
- $I_z = I_{qz} \times I_q$
 - $I_{zq} = I_z \div I_q$
 - $I_{zq} = I_z \times I_q$
 - $I_z = I_{qz} \times I_z$
5. По какой формуле можно определить взаимосвязь между индексами затрат времени на производство продукции, трудоемкостью и физического объема продукции
- $I_{tq} = I_t \times I_q$
 - $I_t = I_{tq} \times I_q$
 - $I_{tq} = I_t \div I_q$
 - $I_q = I_{tq} \times I_t$

Тема 7. Выборочное наблюдение

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

- По организационной форме статистические наблюдения бывают
 - текущими (непрерывными)
 - специально организованные
 - выборочным
 - монографическими
- Выборочное наблюдение – это
 - разновидность сплошного наблюдения
 - разновидность статистического анализа
 - метод обобщение результатов статистического исследования
 - разновидность несплошного наблюдения
- Основными методами распространения результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность являются
 - прямой пересчет и способ коэффициентов
 - метод аналитического выравнивания
 - метод анализа временных рядов
 - метод экстраполяции
- Конечной целью выборочного наблюдения является
 - расчет средних величин на основе данных выборки

- б) характеристика генеральной совокупности на основе данных, полученных по выборке
 - в) расчет статистических показателей, являющихся обобщающими для выборки
5. К вероятностным выборкам НЕ относится...
- а) квотная
 - б) простая случайная
 - в) кластерная
 - г) стратифицированная

Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Какие показатели характеризуют изменение численности населения за счет рождаемости и смертности
 - а) миграционного движения населения
 - б) механического движения населения
 - в) естественного движения населения
 - г) дифференциации населения
2. Общая сумма денежных и натуральных доходов, по всем источникам их поступления с учетом стоимости бесплатных или льготных услуг, оказанных населению за счет социальных источников, называется ... доходом
 - а) реальным
 - б) располагаемым
 - в) совокупным
 - г) номинальным
3. К экономически активному населению в Российской Федерации НЕ относят ...
 - а) занятых в экономике
 - б) безработных
 - в) военнослужащих
 - г) учащиеся и студенты очной формы обучения
4. Как называется показатель, характеризующий долю отдельных товаров и товарных групп в общем объеме товарных запасов
 - а) структурой товарных запасов
 - б) запосоемкостью
 - в) средними товарными запасами
 - г) объемом товарных запасов
5. Численность кого не учитывается при расчете среднесписочной численности работников предприятия за период
 - а) основных работников
 - б) учредителей
 - в) совместителей
 - г) работников, работающих неполный рабочий день

Тема 9. Статистика финансов

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. При расчете рентабельности продукции в статистике финансов предприятия используют...
 - а) Прибыль
 - б) Затраты
 - в) Доходы от продаж
 - г) Сальдо по внереализационным операциям
2. В статистике финансов денежный рынок включает...

- а) Валютный рынок
 - б) Межбанковский рынок
 - в) Рынок ценных бумаг
 - г) Рынок кредитов
3. В статистике финансов банковская статистика включает...
- а) Валютный рынок
 - б) Межбанковский рынок
 - в) Рынок ценных бумаг
 - г) Рынок кредитов
4. В статистике финансов биржевая статистика включает...
- а) Валютный рынок
 - б) Межбанковский рынок
 - в) Рынок ценных бумаг
 - г) Рынок кредитов
5. Основными источниками финансовых ресурсов государства являются...
- а) Доходы от социальных трансфертов
 - б) Доходы от предпринимательства
 - в) Средства государственного бюджета и внебюджетных фондов
 - г) Прибыль, полученная в сфере производства

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 1. Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Задание 1. Поставлена задача исследовать успеваемость студентов первого курса Института экономики и менеджмента с целью выявления факторов на неё влияющих по итогам летней экзаменационной сессии. Определить объект наблюдения, единицу совокупности и составить программу наблюдения.

Задание 2 . Определите перечень важнейших вопросов (признаков), характеризующих как единицу совокупности: 1) промышленное предприятие; 2) сельскохозяйственное предприятие; 3) торговое предприятие; 4) предприятие связи; 5) семью; 6) отдельного человека.

Задание 3. Разработайте проект плана статистического обследования и определите цель наблюдения, объект наблюдения, единицу совокупности, составьте программу наблюдения, формуляр и инструкцию к нему, спроектируйте макеты статистических таблиц, предназначенных для характеристики итогов обследования: 1) переписи промышленных предприятий; 2) сельскохозяйственной переписи; 3) торговой переписи; 4) переписи школ.

Тема 2. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

2.1. Имеются данные по 20-ти хозяйствам региона:

номер хозяйства	качество земли в баллах	урожайность, ц/га	номер хозяйства	качество земли в баллах	урожайность, ц/га
1	32	19,5	11	45	24,2
2	33	19,0	12	46	25,0
3	35	20,5	13	48	27,0
4	37	21,0	14	49	26,8
5	38	20,8	15	50	27,2
6	39	21,2	16	53	28,0
7	40	23,0	17	54	30,0
8	41	23,3	18	56	30,2
9	42	24,0	19	58	32,0
10	44	24,3	20	60	33,0

По данным таблицы провести аналитическую группировку хозяйств для выявления зависимости между качеством земли и урожайностью, выделив четыре группы с равными интервалами. Результаты оформить в таблицу, сделать выводы.

2.2. по данным таблицы из задачи 2.1 построить структурную группировку хозяйств по уровню урожайности, выделив 3 группы с равными интервалами. Результаты оформить в таблицу, сделать выводы.

2.3. По имеющимся данным по предприятию определить:

- Фактическую и плановую (на следующий за отчетным годом) структуру работающих
- Степень выполнения плана по труду в отчетном году
- Относительные величины плановых заданий по основным показателям
- Сколько руководителей и сколько служащих приходилось на 10 рабочих в отчетном году (указать вид показателя)
- Фондовооруженность и производительность рабочих в отчетном (по факту) и плановом периодах (указать вид показателя).

Показатель	Отчетный год		Планируемый год
	План	Факт	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1) Валовая продукция, млн. руб.	170	172	+10%
2) Стоимость ОПФ, млн.руб.	64	64	70
3) Численность работающих, чел.			
в т.ч. - рабочих	100	96	105
– служащих	24	26	25

–	руководителей	12	13	10
–	МОП	8	6	7

Результаты расчетов оформить в таблицах, сделать выводы по каждому пункту.

Тема 3. Метод средних величин и вариационный анализ

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

3.1 По данным о работе предприятий объединения за год определить по объединению в целом средние значения всех признаков таблицы. Обосновать вид и форму средних.

Пред-приятия	Стоимость основных фондов, млн руб.	Фондоотдача, руб./руб.	Производительность труда рабочих, тыс. руб./чел.
1	16,0	1,2	10,0
2	11,8	1,0	6,1
3	14,7	0,9	5,8

3.2. (сквозная) По результатам группировки хозяйств по качеству земли (тема 2, задание 2.1), рассчитать показатели вариации, структурные средние и сделать вывод о характере распределения хозяйств по качеству земли. Построить графики для нахождения моды и медианы.

Тема 4. Анализ рядов динамики

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

4.1. Имеются данные об объемах реализации продукции предприятия (в млн.руб.)

Период	I кв	II кв	III кв	IV кв
1 год	175	263	326	297
2 год	247	298	366	341

Определить: 1) показатели динамики (цепным и базисным способом) и средние показатели динамики;

2) провести выравнивание ряда для обнаружения тенденции (методом укрупнения интервалов, методом скользящей средней и методом аналитического выравнивания);

3) рассчитать средние индексы сезонности;

б) спрогнозировать объем реализации продукции на II квартал четвертого года используя метод экстраполяции;

5) построить графики, сделать выводы.

4.2. Имеются данные о розничном товарообороте предприятий торговли района до и после изменения административных границ, млн.руб.:

Розничный товарооборот	2015	2016	2017	2018	2019	2020
В старых границах	520	540	600	-	-	-
В новых границах	-	-	750	792	810	835

Приведите ряды динамики к сопоставимому виду (сомкните ряды динамики).

4.3 Выплаты и льготы, полученные населением из общественных фондов за 2003-2008 гг. характеризуются следующими данными:

Годы	Выплаты и льготы, млрд.руб.
2015	117,0
2016	122,2
2017	128,6
2018	134,8
2019	140,7
2020	146,5

Для анализа динамики выплат и льгот вычислите:

1. Абсолютные приросты (цепные и базисные). Проверьте наличие связи между этими показателями.
2. Абсолютное содержание 1% прироста.
3. Отобразите ряд динамики на графиках, используя различные графические формы.

Тема 5. Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов

Проверяемые компетенции

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

5.1.Используя данные к задаче 2.1 (сквозная), провести оценку взаимосвязи качества сельскохозяйственных земель и урожайности, используя линейную и нелинейную регрессию. Сделать вывод о том, какая функция лучше характеризует данную зависимость. Результаты расчетов оформить в таблицах. Построить графики.

5.2.Имеются следующие данные об уровне энерговооруженности труда и себестоимости продукции:

Энерговооруженность труда, кВт	40	43	50	51	54
Себестоимость 1 ед. продукции тыс. руб.	15	16	18	11	10

1. Рассчитайте параметры линейного уравнения зависимости себестоимости продукции от энерговооруженности труда.
2. Покажите эмпирические и теоретические линии регрессии на графике.

5.3 Изучается зависимость потребления материалов от объема выпускаемой продукции и размера основных фондов по следующим данным:

NN предприятий	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Потреблено материалов, тонн	2	13	18	19	20	20	25	30	31	35
Основные фонды, млн.руб.	10	11	11	11,5	12,5	13	12,5	14	14	15
Произведено продукции, тыс. штук	3	7	10	8	10	12	11	15	16	20

Найдите парные уравнения регрессии результата с каждым из факторов и рассчитайте коэффициент корреляции. Сделайте выводы.

Тема 6. Индексный метод
Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

6.1. По объединению предприятий имеются следующие данные:

Предприятия	прошлый год		отчетный год	
	себестоимость единицы продукции, руб.	общая сумма затрат, руб.	себестоимость единицы продукции, руб.	общая сумма затрат, руб.
№ 1	8,5	17000	8,3	18000
№ 2	8,0	24000	7,9	27000
№3	4,0	16000	3,8	21000

Определить:

1. Индивидуальные индексы себестоимости единицы продукции, объема производства и общей суммы затрат. Увязать их в систему.
2. Общие индексы себестоимости, объема производства и общей суммы затрат по трем предприятиям.
3. Абсолютное изменение общей суммы затрат: общее и за счет изменения себестоимости единицы продукции и объема производства.

6.2. По данным о деятельности отдельных предприятий объединения рассчитать:

- Индивидуальные индексы уровня фондорентабельности;
- Удельный вес стоимости производственных фондов каждого предприятия в базисном и отчетном периодах;
- Индексы среднего уровня фондорентабельности постоянного, переменного состава и структурных сдвигов. Проверьте увязку их в систему.

Сделайте выводы об изменении среднего уровня рентабельности.

Номер предприятия	Среднегодовая стоимость производственных фондов, тыс. руб.		Прибыль, тыс. руб.	
	базисный год	отчетный год	базисный год	отчетный год
1	4500	5600	900	1000
2	3200	3420	760	821
3	3500	2780	790	770

6.3 Имеются следующие данные о деятельности малого предприятия «Идеал», производящего кожгалантерейную продукцию:

Наименование изделий	Общие затраты на производство продукции во II кв., тыс.руб.	Изменение себестоимости единицы продукции во II кв. по сравнению с I кв.,%
Сумки дамские	63,8	- 6
Портфели	71,2	0
Чемоданы	88,6	+3

По имеющимся данным вычислите:

1. Среднее изменение себестоимости изделий по предприятию в целом во II квартале по сравнению с I кварталом;
2. Абсолютную сумму экономии (перерасхода), полученную от изменения себестоимости выпускаемой продукции.

Тема 7. Выборочное наблюдение

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

7.1. Для обследования мнения потребителей о новом товаре в регионе, где проживает 50 тыс. семей, проводится выборочное анкетирование. Определить необходимое количество анкет для рассылки, если по результатам предварительных исследований было установлено, что дисперсия среднего размера покупки составляет ± 25 руб.. В рамках исследования коэффициент доверия установлен равный 2, предельная ошибка расчетов не должна превышать 1 руб. По условию исследования принято, что в одной квартире проживает одна семья, на одну семью – одна анкета.

7. 2. Для изучения распределения работников госсектора по размерам заработной платы в городе проведено 10%-е выборочное обследование. В результате учета 900 человек выявлено, что средняя зарплата работников составляет 14800 руб. со средним квадратическим отклонением 1500 руб. Выявлено, 15% работающих получают зарплату свыше 16000 руб. Требуется с вероятностью 0,954 определить пределы среднего размера заработка одного работника госсектора в городе и пределы доли жителей, получающих свыше 16000 руб.

Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

8.1. В базисном периоде промышленные предприятия региона реализовали продукции на сумму 1400млн. руб. при среднегодовой стоимости материальных оборотных средств 400млн. руб.. В текущем периоде объем реализованной продукции составил 1800 млн.руб., а число оборотов материальных оборотных средств увеличилось на 0,25.

Определить экономию финансовых ресурсов предприятий региона в результате ускорения оборачиваемости запасов.

8.2. Имеются данные по одному из регионов. На начало текущего года численность всего населения составляла 824,3 тыс. чел., в том числе численность трудовых ресурсов – 482,3 тыс. чел. За предыдущие годы среднегодовые коэффициенты движения населения были равны: рождаемости 20,1%, смертности – 8,5%, механического прироста – 4,3%.

Определить: долю трудовых ресурсов в общей численности населения; перспективную численность населения и трудовых ресурсов на три года вперед при условии, что показатели движения населения сохранятся на том же уровне, доля трудовых ресурсов в первом и втором прогнозных годах не изменится, а в третьем – сократиться на 1 пункт.

8.3. Имеются следующие данные по экономике страны (в млн. у.е.):

- Валовой выпуск в основных ценах – 100
- Промежуточное потребление - 50
- Чистые налоги на импорт – 5
- Чистые налоги на продукты – 10
- Потребление основного капитала – 8
- Сальдо первичных доходов, полученных из-за границы – (+5)
- Сальдо текущих трансфертов, полученных из-за границы – (+3)
- Конечное потребление – 40

Определить основные макроэкономические показатели, сделать вывод

8.4. ВВП страны в базовом периоде составил 7302,2 трлн руб., а в отчетном – 10863,4 трлн руб., при этом денежная масса увеличилась с 704,7 трлн руб. до 1602,6 трлн руб., а денежная база – с 266,6 до 584,3 трлн руб.

Определить и сделать вывод о произошедших изменениях в базовом и отчетном периоде:

- скорость оборота денежной массы
- скорость оборота денежной базы
- запасы денежной массы на 1000руб. ВВП
- запасы денежной базы на 1000руб. ВВП

Тема 9. Статистика финансов

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

9.1 Коммерческий банк «ХХХ» выдал торговому дому «УУУ» на закупку товаров кредит в размере 5 000 000 рублей. Кредит открыт на 5 лет со ставкой простых процентов, составляющих 18% годовых. Торговый дом «УУУ» по кредитному договору должен осуществлять выплаты за кредит ежемесячно.

Определить: Какова сумма долга с процентами. Каков размер ежемесячных платежей.

9.2 На основании имеющихся данных определить объем доходов и расходов госбюджета; дефицит или профицит бюджета, (млн. руб.).

- Выплата процентов по гос. долгу 17 234
- Налог на прибыль 4 380,2
- НДС 5 216,6
- Плата за землю 705,9
- Субсидии 15 869,7
- Гос. пошлина 180,4
- Финансирование учреждений соц. - культ. сферы 5 720
- Подоходный налог 2 619

9.3 На основе данных предприятия определить: прибыль от реализации, от прочей реализации, от внереализационных операций, балансовую и чистую прибыль, рентабельность продукции, (млн. руб.)

- Выручка от реализации 490
- НДС 84
- Себестоимость реализованной продукции 274
- Управленческие затраты 19
- Полученные чистые проценты 0,2
- Чистые доходы от прочей реализации 2,0
- Прочие внереализационные доходы 1,1
- Прочие внереализационные расходы 0,9
- Налог на прибыль 28,3

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Экзамен проводится в форме тестирования.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Вопросы к экзамену:

1. Что в статистике является единицей наблюдения
2. Дайте характеристику статистической сводки
3. Дайте характеристику аналитической группировки
4. В каком случае применяются группировки с открытыми интервалами
5. Какие задачи решает статистическая группировка
6. Как определяется величина равного интервала группировки
7. Перечислите этапы проведения статистической сводки
8. Раскройте сущность атрибутивной группировки
9. Раскройте сущность типологической группировки
10. Статистическая группировка - сущность, назначение
11. Перечислите виды группировочных признаков
12. Дайте характеристику комбинационной группировки
13. Дайте характеристику монографическому обследованию
14. Назовите виды сводки статистических данных по форме организации обработки данных
15. В каком случае осуществляется вторичная группировка

16. Раскройте сущность рядов распределения
17. Дайте описание интервальному вариационному ряду
18. Назовите виды статистические ряды
19. Назовите виды вариационных рядов
20. Дайте описание ряда распределения
21. При помощи чего можно изобразить дискретный вариационный ряд
22. Дайте описание атрибутивного ряда распределения
23. Как определяется что характеризуют показатели асимметрии
24. Что представляет дискретный вариационный ряд распределение:
25. В чем могут быть выражены частоты (частости) в ряду распределения
26. К какой группе относятся дискретные статистические ряды
27. Опишите макет статистической таблицы
28. Что является отличительной чертой простых таблиц
29. К какой категории относятся перечневые статистические таблицы
30. В каком виде может быть представлена первоначальная обработка статистической информации
31. Что называют статистическим подлежащим таблицы
32. Что называют статистическим сказуемым таблицы
33. Как определяется относительные показатели выполнения плана
34. В чем сущность относительного показателя координации
35. Какой относительный показатель следует вычислить для сравнения двух частей совокупности
36. Укажите относительные показатели, которые могут быть выражены именованными числами
37. Как определяется относительные показатели структуры
38. В чем сущность относительного показателя сравнения
39. Как определяется относительная величина установления планового задания
40. Как определяется относительная величина сравнения
41. Как определяется что характеризует относительный показателям интенсивности
42. Как определяется относительный показатель динамики
43. Как определяется относительный показатель координации
44. Раскройте сущность и вид статистического показателя «Металлоемкость продукции»
45. Как определяется относительный показатель интенсивности
46. Как определяется средняя арифметическая простая
47. Как определяется средняя геометрическая
48. В каком случае взвешенная средняя равна простой средней арифметической
49. Что отражает показатель моды в статистике
50. Если веса всех вариантов умножить (разделить) на одно и то же число, то что произойдет со средним значением показателя?
51. Как определяется средняя арифметическая по дискретному ряду с частотами
52. Как определяется средний уровень в интервальных рядах динамики с неравными интервалами
53. Приведите формулу для расчета средней цены по данным о количестве проданных компьютеров в трех фирмах и ценах на них
54. Как определяется средний темп роста выпуска продукции за ряд лет
55. Как определяется статистическая медиана
56. Как можно определить средний выпуск продукции за ряд лет (приведите формулу)
57. В каких случаях применяется формула средней арифметической
58. Какие показатели применяются для характеристики структуры совокупности
59. Как определяется статистическая медиана
60. Чему равно среднее значение альтернативного признака
61. В каких случаях применяется средней геометрической (приведите формулу)

62. Что называется медианным интервалом

$$\bar{X} = \frac{\sum X^z}{n}$$

63. При каком значении Z формула принимает вид средней арифметической

64. Как определяется средняя взвешенная арифметическая и в каких случаях она применяется

65. Как определяется дисперсия невзвешенная

66. Что характеризует среднее квадратическое отклонение

67. Как определяется показатели асимметрии

68. Как определяется коэффициент вариации

69. Что характеризует размах вариации

70. В каких пределах может находиться значение дисперсии альтернативного признака

71. Что характеризует вариацию изучаемого признака, возникающего под влиянием фактора, положенного в основу группировки

72. Что характеризует среднее линейное отклонение

73. Если дисперсия признака в первой совокупности меньше, чем во второй, то что это означает

74. Что характеризует межгрупповая дисперсия

75. Что характеризует диапазон колебания признака в совокупности

76. Что можно понимать под вариацией признака в совокупности

77. Как определяется дисперсия взвешенная рассчитывается

78. Чему будет равна дисперсия групповых средних при отсутствии различия между значениями признака внутри отдельных групп

79. Как определяется среднее невзвешенное квадратическое отклонение

80. В каком случае прогнозирование значения изучаемого признака осуществляется по

формуле $y_{n+l} = y_n + \bar{\Delta} * l$

81. Что позволяет выявить анализ сезонных колебаний

82. Сущность метода интерполяции ряда динамики

83. Сущность метода укрупнения интервалов

84. Как выражается в интервальных рядах динамики значения показателя

85. Как определяется абсолютное значение 1% прироста

86. Как определяется абсолютный прирост

87. Сущность метода экстраполяции ряда динамики

88. Как определяется средний абсолютный прирост

89. Какое уравнение тренда используется в случае постоянства цепных абсолютных приростов

90. Сущность метода скользящей средней

91. Укажите показатель ряда динамики, который может принимать отрицательные значения

92. Какие показатели применяются при сравнении смежных уровней ряда динамики

93. Что позволяет выявить анализ сезонных колебаний

94. Что характеризует отношение абсолютного прироста к предыдущему или начальному уровню, выраженное в процентах

95. В каком случае прогнозирование уровня изучаемого признака осуществляется по

формуле $y_{n+l} = y_n * (\bar{T}_p)^l$

96. Как определяется сводный индекс объема продукции в стоимостном выражении

97. Как определяется сводный индекс трудоемкости определяется

98. В чем заключается взаимосвязь цепных и базисных индивидуальных индексов

99. Как определяется сводный индекс себестоимости продукции

100. Какие индексы используются для сравнения цен в городах А и Б (приведите формулу)

101. Как определяется сводный индекс физического объема продукции

$$\frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}$$

102. Что позволяет определить индекс, рассчитанный по формуле
103. Разновидностью какого статистического показателя являются территориальные индексы
104. Приведите формулу расчета среднего индекса физического объема товарооборота
105. Как определяется средний индекс физического объема товарооборота
106. В чем заключается сущность факторного индексного анализа
107. Как определяется Сводный индекс производительности труда
108. Что характеризует связь между признаками, выраженная зависимостью вида $m = k + n$
109. Что характеризует параметр a_1 , в однофакторной регрессионной модели $y = a_0 + a_1 x$ характеризует:
110. Укажите признаки, наиболее тесно связанные между собой корреляционной зависимостью, если значения парных коэффициентов корреляции
 $r_{yx} = -0,73$ $r_{yz} = 0,43$ $r_{xz} = 0,62$
111. В какой ситуации связь между факторным и результативным признаками называется обратной
112. Как определяется линейный коэффициент корреляции
113. Что характеризует отрицательное значение линейного коэффициента корреляции
114. В какой ситуации связь между факторным и результативным признаками считается функциональной
115. Какие действия необходимо совершить после расчета неизвестных параметров модели регрессии
116. Что характеризует линейный коэффициент корреляции
117. При помощи каких показателей определяется взаимосвязь двух качественных признаков, выраженных в альтернативной форме
118. Назовите необходимое и достаточное значения, принимаемые линейным коэффициентом корреляции
119. Что позволяет определить эмпирическое корреляционное отношение
120. Что характеризует коэффициент детерминации
121. Как называется связь между признаками, выраженная зависимостью вида $m = k * n$
122. Что происходит с величиной доверительного интервала выборочного наблюдения при уменьшении коэффициента доверия
123. Засчет можно уменьшить предельную ошибку выборки
124. Что характеризует расхождение между расчетными значениями признака в выборочной совокупности и действительными значениями признака в генеральной совокупности
125. Какой прием используется при отборе отдельной единицы генеральной совокупности в выборочную
126. Что должен обеспечить объем выборочной совокупности
127. Что можно изобразить спомощью графиков сравнения
128. Что можно изобразить с помощью ленточной диаграммы
129. В каком виде можно графически изобразить интервальный вариационный ряд
130. В каких случаях секторная диаграмма
131. Что можно отобразить с помощью линейной диаграммы
132. В каких случаях применяется линейная диаграмма
133. В каких случаях применяется секторной диаграммы
134. В каких случаях применяется столбиковая диаграмма
135. В каких случаях применяется ленточная диаграмма
136. В каких случаях применяется квадратная диаграмма
137. В каком случае прибегают к построению числовой сетки при построении графика
138. Какие графики используются для графического изображения относительной концентрации единиц совокупности
139. Что означает «Национальное богатство» согласно СНС

140. Что относится к основным критериям выделения границ домашнего хозяйства
141. Что означает "Предприятие" в экономической статистике
142. К какой единице относится показатель "выпуск"?
143. Как можно оценивать национальный доход в экономической статистике
144. Раскройте содержание сводного счета товаров и услуг в системе национальных счетов
145. В каких счетах СНС регистрируются данные о выпуске и промежуточном потреблении "остального мира"(rest of the world)
146. Что означает положительное сальдо по товарам и услугам
147. Перечислите показатели, отражаемые в финансовом счете сектора "Остальной мир"
148. Дайте определение классификационной единице в группировке хозяйственных единиц по отраслям
149. Какие категории включает экономически активное население
150. Какой показатель используют для расчета численности трудовых ресурсов по источникам формирования
151. Что представляет собой маятниковая миграция
152. Приведите верный набор форм оплаты труда:
153. Порядок расчета коэффициента текучести кадров
154. По какому принципу происходит деление основных фондов на активную и пассивную части
155. Что понимают под восстановительной стоимостью оборудования
156. Порядок расчета фондовооруженности труда
157. Суть линейного способа начисления амортизации
158. Что понимают под эмитентами фондового рынка
159. Что относят к финансовым вложениям организации
160. Что относят к неналоговым доходам

Пример тестового задания для экзамена (фрагмент):

- 1) Предметом изучения статистики являются статистические...
 - а) единицы
 - б) совокупности
 - в) таблицы
 - г) показатели
- 2) Основные стадии (этапы) экономико-статистического исследования (укажите последовательность):
 - а) статистическая сводка и группировка первичной информации
 - б) сбор статистической информации
 - в) анализ статистической информации
- 3) По организационной форме статистические наблюдения бывают:
 - а) специально организованные;
 - б) текущими (непрерывными);
 - в) выборочными;
 - г) монографическими.
- 4) Основными методами распространения результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность являются:
 - а) метод экстраполяции
 - б) метод анализа временных рядов
 - в) прямой пересчет и способ коэффициентов
 - г) метод аналитического выравнивания
- 5) Разделение исследуемой качественно разнородной совокупности на классы, социально-экономические типы, однородные группы единиц называются ... группировкой:
 - а) структурной;
 - б) аналитической;
 - в) типологической;
 - г) множественной.
- 6) Соотношение частей изучаемого объекта и их целого является относительной величиной:
 - а) сравнения;
 - б) координации
 - в) интенсивности;
 - г) структуры.
- 7) Значение изучаемого признака, приходящееся на середину ранжированной совокупности является ...

- а) средним арифметическим; в) средним геометрическим
 б) модой; г) медианой
- 8) Отношение объема произведенной за период продукции к средней стоимости основного капитала (ОПФ) за этот период называется...:
 а) трудоемкость в) капиталотдача (фондоотдача)
 б) материалоемкость г) капиталоемкость (фондоёмкость)
- 9) Если затраты на 1руб. товарной продукции увеличатся на 20%, а объем произведенной продукции – на 30%, то затраты на это продукцию вырастут...
 а) 50% б) 56% в) 60% г) в 1,5 раза
- 10) Распределение расходов предприятия по назначению (месту возникновения) называется группировкой по:
 а) признакам в) стоимости
 б) статьям калькуляции г) элементам

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, решение задач, тестовых заданий, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, участие в НИРС по материалам изученной дисциплины.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента по темам курса. Оценивается выполнение самостоятельных работ, решение задач, тестовых заданий. Тестовые задания выполняются онлайн в рамках онлайн курса «Статистика».

Наименование темы (раздела) курса	Форма текущего контроля
Тема 1. Предмет, метод и основные категории статистики. Статистическое наблюдение.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 2. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные и относительные статистические показатели.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 3. Метод средних величин и вариационный анализ.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 4. Анализ рядов динамики.	решение задач онлайн-тестирование

Тема 5. Статистические методы моделирования связи социально-экономических явлений и процессов.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 6. Индексный метод.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 7. Выборочное наблюдение	решение задач онлайн-тестирование
Тема 8. Социально-экономическая статистика. Система национальных счетов.	решение задач онлайн-тестирование
Тема 9. Статистика финансов.	решение задач онлайн-тестирование

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Итоговый рейтинг по дисциплине (экзамен)

	Онлайн-тестирование	Решение задач	Промежуточный контроль (экзамен)	Итоговый рейтинг по дисциплине
вес	0,2	0,3	0,5	1
оценка	5	5	5	5

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Гореева, Н. М. Статистика : учебник / Н. М. Гореева, Л. Н. Демидова. — Москва : Прометей, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-907100-00-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121552>
2. Понкратова, Т. А. Статистика : учебное пособие / Т. А. Понкратова, О. В. Секлецова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2020. — 163 с. — ISBN 978-5-00137-148-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/145132>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Теория статистики: Учебник для студ.эконом.спец.вузов/ Под ред.Г.Л.Громыко. - М.: ИНФРА-М, 2000,2002. - 413 с.: табл.. - (Высшее образование). - ISBN 5-16-000177-8:
Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 40: УБ(38), НА(1), ч.з.N10(1)
2. Ефимова, М. Р. Общая теория статистики: Учебник для студ.вузов,обуч.по спец.:финансовый,банковский,производственный менеджмент,бух.учет и аудит,междунар.эконом.отношения/ М.Р.Ефимова,Е.В.Петрова,В.Н.Румянцев. - 2-е изд.испр.и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2000,2002,2001. - 413 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 408-409 (22назв.). - ISBN 5-16-000012-7:
Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 88: ч.з.N5(1), УБ(86), НА(1)
3. Лукьянова, Н. Ю. Статистический анализ данных с использованием компьютера: учеб. пособие/ Н. Ю. Лукьянова; Калинингр. гос. ун-т. - Калининград: Изд-во КГУ, 2001. - 88 с. - Библиогр.: с. 78. - ISBN 5-88874-220-1:
Имеютсяэкземплярывотделах /There are copies in departments:
всего /all 78: УБ(76), ч.з.N5(1), ИБО(1)

4. Статистические таблицы: метод. указания по курсам "Статистика" и "Экономика"/ Калинингр. гос. ун-т; сост. Н. Ю. Лукьянова. - Калининград: Изд-во КГУ, 2003. - 20 с.: ил.. - Библиогр.: с. 14.
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 62: УБ(60), ч.з.N5(1), ИБО(1)
5. Статистика: учеб. пособие для вузов/ [Л. П. Харченко, В. Г. Долженкова, В. Г. Ионин ; под ред. В. Г. Ионина]; М-во образования РФ, Новосиб. гос. акад. экономики и упр.. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 382, [1] с.: табл.. - (Высшее образование). - ISBN 5-16-002491-3:
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: УБ(27)

7.3. Нормативные документы

1. Федеральный закон от 29.11.2007 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации»
2. Постановление Правительства РФ №670 от 11 ноября 2006 г. "О порядке предоставления органами местного самоуправления органам государственной власти статистически показателей, характеризующих состояние экономики и социальной сферы муниципального образования "
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 августа 2008 года №620 "Об условиях предоставления в обязательном порядке первичных статистических данных и административных данных субъектам официального статистического учета"
4. Постановление Федеральной службы государственной статистики № 88 от 29 декабря 2006 г. «Об утверждении статистического инструментария для организации статистического наблюдения за состоянием экономики и социальной сферы муниципального образования»

7.4. Для самостоятельной работы

1. Годин А. М. Статистика : учеб. для вузов/ А. М. Годин. -11-е изд., перераб. и испр.. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 410 с.
2. Курс социально- экономической статистики: учебник/ Рек. Министерством образования и науки РФ в качестве учебника для студентов высших учебных заведений; под редакцией: Назаров М.Г.; 8-е изд., стер. – М.: Омега - Л, 2010.
3. Мухина И.А. Социально-экономическая статистика: учебное пособие/ Изд-во: ФЛИНТА, 2011
4. Просветов Г.И. Статистика: задачи и решения: Учебно-практическое пособие.- М.:Изд-во Альфа-Пресс, 2008
5. Салин В.Н., Шпаковская, Е.П. Социально-экономическая статистика: учебник. – М.: Юристъ, 2010
6. Социально- экономическая статистика: Учеб. пособие // Я.С. Мелкумов. — М.: ИНФРА-М, 2011
7. Социально-экономическая статистика 2-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавров/ Под ред. Ефимовой М.Р.- М.: изд-во Юрайт, 2013
8. Социально-экономическая статистика: Практикум: Учеб.пособие/ Под ред. В.Н.Салина, Е.П.Шпаковской.- М.: Финансы и статистика, 2004

9. Статистика России (публикации Росстата: периодические и ежегодные издания) стат. публ., стат. информ. - Электрон. текстовые дан. - М.: Росстат. 2013 – 2015г.:
10. Статистика. Практикум [для бакалавров экономики]: учеб. пособие: [метод. указания решение практико-ориентир. задач, задания для самоконтроля, решение типовых задач на компьютере с использованием microsoft excel] / под ред.: В. Н. Салина, Е. Н. Шпаковской. - М.: КноРус, 2008. - 494 с.:
11. Статистика: Учебник (ГРИФ) // Л.П. Харченко, В.Г. Ионин, В.В. Глинский; Под ред. В.Г. Ионина. — 3-е изд., перераб. И доп. — М.: ИНФРА-М, 2010
12. Статистика: учебник / Н. М. Гореева [и др.]; под ред. С. А. Орехова. - М.: ЭКСМО, 2010. - 446 с.:
13. Статистика: учебник: [для студентов вузов, специальности "Статистика" и др. эконом. специальностям] / Л. П. Харченко [и др.]; под ред. В. Г. Ионина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 443, с.:
14. Финансовая статистика: денежная и банковская: учебник / под ред. С. Р. Моисеева. - М.: КноРус, 2-е изд. перераб. и дополн. 2010. - 208 с.:
15. Экономическая статистика: учебник/ Под ред. Ю.Н.Иванова.- М.: ИНФРА-М, 2010

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань».

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В данном курсе предлагаются дополнительные материалы, которые помогут студентам усвоить курс дисциплины "СТАТИСТИКА". Так же предлагаются задания для самостоятельной работы по учебной дисциплине «Статистика», которые должны способствовать приобретению навыков статистического исследования. Материалы видеолекций, презентации рассматриваются студентами в рамках онлайн-курса «Статистика» (<https://stepik.org/course/74096>, <https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=3802>)

Основная цель самостоятельной работы – приобретение навыков применения методов статистического анализа в конкретных областях исследования социально-экономических процессов, происходящих в обществе.

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины «Статистика» включает в себя следующие элементы:

- разбор дополнительных материалов по дисциплине (видео -лекции, скринкасты)
- решение типовых задач

- выполнение тестов для самоконтроля усвоения материалов.

Самостоятельное решение задач с целью усвоения и закрепления полученных на практических занятиях навыков по практическому использованию методов статистики при обработке информации;

Самостоятельное выполнение практических заданий по темам курса по данным Росстата и других официальных источников.

Предложенные в данном курсе тесты по темам помогут самостоятельно проверить усвоение теоретического материала и подготовиться к контрольному тестированию.

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Stepik.org <https://stepik.org/course/74096>

lms-3.kantiana.ru <https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=3802>

Программа Microsoft Word

Программа Microsoft Excel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)
3. Федеральная служба государственной статистики (Статистика (rosstat.gov.ru))
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области (gks.ru)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Стратегический маркетинг»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Стратегический маркетинг»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	7
4.2. Тематика практических занятий	10
4.3. Тематика самостоятельных работ	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	15
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	17
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	22
6.3.1 Тестовые задания	22
6.3.2 Практические задания	24
6.3.3 Решение кейсов	28
6.3.4 Темы и порядок выполнения курсовой работы	43
6.3.5 Итоговый контроль по дисциплине	Ошибка! Закладка не определена.
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	55
7.1. Основная учебная литература	55
7.2. Дополнительная учебная литература	55
7.3. Для самостоятельного изучения	56
7.3. Нормативные документы	58
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	59
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	59
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	64
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	64

Наименование дисциплины (модуля)

«Стратегический маркетинг»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент» профиль «Маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является приобретение знаний и практических навыков в области разработки маркетинговой стратегии организации и механизмов ее реализации в условиях сложной и динамичной рыночной среды

В результате освоения ООП бакалавриата студент должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• Основные методы стратегического анализа рынка и формирования маркетинговой стратегии в условиях сложной и динамичной среды• методы исследования и анализа информации, необходимой для разработки и реализации управленческих решений• методологию проведения стратегического и конкурентного анализа рынка в условиях сложной и динамичной среды• механизмы реализации маркетинговой стратегии, обеспечивающей повышение конкурентоспособности в условиях сложной и динамичной среды <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• проводить стратегический и ситуационный анализ рынка с целью оценки его привлекательности для компании• обосновать выбор маркетинговой стратегии на целевом рынке и формулировать маркетинговые цели организации в условиях сложной и динамичной среды• выявлять ключевые факторы успеха в отрасли бизнеса и конкурентные преимущества организации в условиях сложной и динамичной рыночной среды• выделять целевые сегменты рынка и разработать для них конкурентные стратегии, оценивать их последствия <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• навыками проведения стратегического и конкурентного анализа рынка в условиях сложной и динамичной среды• методами диагностики рынка и оценки конкурентной позиции организации на нем	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

<ul style="list-style-type: none"> • навыками разработки маркетинговой стратегии и ее реализации на целевом рынке, а также навыками оценивания ее последствий 		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные принципы формирования маркетинговой стратегии в рамках бизнес-планирования в компании • порядок и основные этапы подготовки стратегического плана маркетинга с целью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, • методы исследования и получения информации, необходимой для разработки маркетинговой стратегии в рамках подготовки и реализации бизнес- плана компании • механизмы реализации маркетинговой стратегии, обеспечивающей принятие эффективных управленческих решений для развития новых направлений деятельности и организаций <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формировать и предлагать маркетинговую стратегию при разработке бизнес- планов компании • разработать стратегию и тактику поведения компании на целевых рынках при выполнении конкретных проектов и работ, связанных с поиском новых рыночных возможностей организации • обосновать и предложить программу действий в области маркетинга, необходимую для достижения показателей, запланированных в бизнес- плане развития компании и ее проектах; уметь оценивать ее возможности и эффективность <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками проведения стратегического и ситуационного анализа рынка , необходимыми для разработки стратегического плана развития компании, способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности • методами диагностики рынка, оценки привлекательности и потенциала рынка при разработке бизнес- планов или конкретных проектов в компании • навыками разработки бизнес-планов 	<p>ОПК -4</p>	<p>Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>

создания и развития новых направлений деятельности организаций		
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в обязательную часть дисциплин (Б1.О.21) подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК - 3	Микроэкономика Макроэкономика Статистика Маркетинг	Стратегический маркетинг	Маркетинговый анализ Разработка товарной политики Ценообразование в маркетинге Стратегический менеджмент Международный маркетинг Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы Процедура защиты выпускной квалификационной работы
ОПК -4	Маркетинговые исследования Поведение потребителей Управление брендами Управление маркетингом	Стратегический маркетинг	Методы разработки и принятия управленческих решений Международный маркетинг Производственная преддипломная практика Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	28
Лабораторные	-
Практические	36
Контролируемая самостоятельная работа	20
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	84,25
Самостоятельная работа	131,75
Часов, всего	216

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией	18	2	2	2	10	2		
Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование	40	4	10	6	16	4		
Тема 3. Анализ конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое преимущество..	44	6	10	8	16	4		
Тема 4. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии	44	6	10	8	16	4		
Тема 5. Стратегические решения по реализации маркетинговой стратегии: выбор и обоснование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики	40	6	10	8	12	4		
Тема 6. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности	29	4	8	4	11	2		

Итого	216	28	50	36	81	20	0,25	0,75
Контактная работа	84,25	28		36		20	0,25	
Самостоятельная работа	131,75		50		81			0,75
Промежуточная аттестация	Зачет, курсовая работа							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией.	<p>Система управления организацией и место маркетинга в общей системе управления.</p> <p>Стратегический и операционный маркетинг. Цели и задачи стратегического маркетинга в организации. Взаимосвязь маркетинговой стратегии с корпоративной стратегией организации, ее целями, видением, миссией на рынке. Взаимосвязь маркетинговой стратегии с финансовой стратегией организации и достижением необходимых финансовых результатов деятельности организации на рынке. Сущность, виды и уровни разработки маркетинговой стратегии. Методические подходы к ее разработке. Понятие клиентоориентированного маркетинга. Процессный подход к организации маркетинговой деятельности. Маркетинг лояльности. Маркетинг партнерских отношений. Роль и место маркетинга в системе управления на основе BSC (системы сбалансированных показателей). Клиентская перспектива: ее сущность, взаимосвязь с финансовой перспективой и перспективой внутренних бизнес-процессов, целевые показатели по маркетингу, показатели и критерии оценки маркетинговой деятельности в рамках достижения основных стратегических целей компании. Понятие инвестиций в маркетинг, способы оценки их эффективности. Маркетинговые активы, их роль и значение в структуре капитала компании. Цепочка результативности маркетинга.</p> <p>Изменение концепции и стратегии маркетинга во времени.</p> <p>Новая роль маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций.</p>
2.	Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование.	<p>Разработка стратегии организации, ориентированной на рынок. Основные тренды отраслевого рынка и тенденции развития потребительского спроса в экономике 4.0</p> <p>Сегментирование рынка организации – результат исследования покупательского поведения и оценки рыночного потенциала. Профайлинг. Преимущества сегментирования рынка. Выбор и комбинация признаков сегментирования на потребительском рынке и рынке организаций на основе цифровых технологий. Многоуровневое сегментирование. Понятие микро и макросегментации при разработке стратегии маркетинга..</p> <p>Стратегии сегментирования. Выбор и оценка</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		<p>привлекательности целевых сегментов рынка. Стратегическое позиционирование. Взаимосвязь стратегии сегментирования, позиционирования и стратегии продвижения на целевых рынках. Способы, инструменты и стратегии позиционирования на целевых сегментах рынка в цифровой экономике. Разработка комплекса и программы маркетинга, соответствующих избранной стратегии позиционирования. Стратегическое позиционирование и управление брендом в глобальной среде.</p>
3.	<p>Тема 3. Анализ конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое преимущество.</p>	<p>Взаимосвязь стратегического маркетингового планирования и анализа конкурентной позиции компании на рынке. Изменение конкурентоспособности организации, факторы на нее влияющие. Источники конкурентного преимущества. Модель управления конкурентоспособностью организации на основе BSC. Типы конкурентного преимущества. Операционное и стратегическое преимущество. Методы и модели оценки конкурентной позиции организации на отраслевом и территориальном рынке, а также на целевых сегментах рынка. Оценка сил конкурентного давления по модели 5-ти сил Майкла Портера. Метод экспертной взвешенной балльной оценки конкурентоспособности организации. Построение многоугольника конкуренции («радар конкуренции»). Использование метода SWOT – анализа в конкурентном анализе. Оценка конкурентоспособности по цепочке создания стоимости. Инновации в продукте, услуге, системе обслуживания клиентов и продвижении как факторы формирования стратегического преимущества.</p>
4.	<p>Тема 4. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии.</p>	<p>Системный подход к разработке маркетинговой стратегии, уровни маркетинговой стратегии. Разработка маркетинговой стратегии на корпоративном уровне, функциональные стратегии маркетинга, инструментальные стратегии маркетинга. Стратегический анализ инвестиционного портфеля организации. Портфельные стратегии Модель DE \ McKinsey. Матрица БКГ и другие.. Стратегии развития организации. Эталонные (базовые) стратегии: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения. Матрица стратегий роста И. Ансоффа. Матрица конкурентных преимуществ М. Портера и базовые стратегии конкуренции. Стратегия лидерства по издержкам (низких цен). Стратегия дифференциации. Стратегии фокусирования. Стратегия оптимальных издержек. Наступательные и оборонительные маркетинговые стратегии в зависимости от позиции организации на рынке.</p>
5.	Тема 5. Стратегические	Цели и задачи товарной политики организации в условиях

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	решения по реализации маркетинговой стратегии: выбор и обоснование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики	<p>глобальных и высоко валотильных рынков. Принципы формирования ассортиментной матрицы (товарного портфеля), методы анализа товарного ассортимента: глубины, ширины и эффективности товарного ассортимента с позиции финансового результата работы на рынке. Маркетинговые стратегии на этапах жизненного цикла товара. Стратегии оптимизации товарного портфеля</p> <p>Стратегические решения по обновлению товарного ассортимента, разработка и выведение новых товаров на рынок. Инновационные продукты и услуги, поиск идей и механизмы их реализации в товарное предложение компании. Марочные стратегии.</p> <p>Стратегии маркетинга в области ценообразования: затратное ценообразование, конкурентное ценообразование, ценообразование основанное на анализе уровня спроса на товар. Стратегии соотношения качества и цены товара. Оценки эффективности принятых ценовых решений.</p> <p>Стратегии в области каналов сбыта продукции и услуг. Выбор стратегии охвата рынка: стратегия интенсивного распределения, селективного распределения и эксклюзивного распределения. Принятие решения о длине и структуре канала распределения. Решения об управлении в канале сбыта. Критерии выбора оптимального канала распределения. Оценка эффективности системы продаж и сбыта. Разработка концепции продвижения. Разработка стратегии продвижения продуктов и услуг организации на рынок. Стратегии построения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Креативные стратегии в области рекламы и продвижения. Разработка программы и бюджета реализации стратегии продвижения в глобальной интернет-среде.</p>
6.	Тема 6. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности.	<p>Стратегическое планирование маркетинговой деятельности. Диапазон содержания плана маркетинга. Особенности разработки планов маркетинга: системный подход к планированию, ситуационный характер (варианты (сценарии) развития ситуации, как совокупности возможных направлений развития внешних и внутренних факторов); разнообразие подходов к планированию маркетинговой деятельности; многовариантный, динамичный, непрерывный характер планирования, немедленное внесение в планы всех изменений, влияющих на деятельность организации.</p> <p>Структура плана маркетинга и последовательность его разработки: краткая аннотация главных целей и рекомендаций, включенных в план; текущая и прогнозная маркетинговая ситуация; опасности и возможности; маркетинговые цели; маркетинговые стратегии; программа действий. Бюджет маркетинга – раздел плана</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		маркетинга, отражающий проектируемые величины доходов, затрат и прибыли. Процедуры и методы контроля, которые необходимо осуществить для оценки уровня успешности выполнения плана. Внутренний и внешний аудит маркетинговой деятельности.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией.	<p>1. Система управления организацией и место маркетинга в общей системе управления.</p> <p>Стратегический и операционный маркетинг. Взаимосвязь маркетинговой стратегии с корпоративной и финансовой стратегией организации.</p> <p>2. Сущность, виды и уровни разработки маркетинговой стратегии. Методические подходы к ее разработке. Понятие клиентоориентированного маркетинга. Процессный подход к организации маркетинговой деятельности. Маркетинг лояльности. Маркетинг партнерских отношений.</p> <p>3. Показатели оценки маркетинговой деятельности в рамках достижения основных стратегических целей компании.</p> <p>Понятие инвестиций в маркетинг, способы оценки их эффективности. Маркетинговые активы, их роль и значение в структуре капитала компании. Цепочка результативности маркетинга.</p> <p>4. Изменение концепции маркетинга во времени. Особенности российского маркетинга на современном этапе развития российского рынка и бизнеса.</p> <p>Новая роль маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций.</p>
2.	Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование.	<p>1. Разработка стратегии организации, ориентированной на рынок. Сегментирование рынка в цифровой экономике. Профайлинг.</p> <p>2. Многоуровневое сегментирование. Понятие микро и макросегментации при разработке стратегии маркетинга.</p> <p>3. Методика и процесс сегментирования: основные этапы, их содержание. Стратегии сегментирования. Выбор критериев сегментации и оценка привлекательности целевых сегментов рынка.</p> <p>4. Стратегическое позиционирование. Способы, инструменты и стратегии позиционирования на целевых сегментах рынка. Разработка комплекса маркетинга, соответствующих избранной стратегии позиционирования.</p> <p>5. Стратегическое позиционирование и управление брендом.</p>
3.	Тема 3. Анализ конкурентоспособности	<p>1. Изменение конкурентоспособности организации, факторы на нее влияющие. Источники конкурентного</p>

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	организации. Операционное и стратегическое преимущество.	преимущества. Типы конкурентного преимущества. Операционное и стратегическое преимущество. 2. Методы и модели оценки конкурентной позиции организации на отраслевом и территориальном рынке, а также на целевых сегментах рынка. 3. Оценка сил конкурентного давления по модели 5-ти сил Майкла Портера. 4. Метод экспертной взвешенной балльной оценки конкурентоспособности организации. 5. Построение многоугольника конкуренции («радар конкуренции») 6. Использование метода SWOT – анализа в конкурентном анализе. 7. Оценка конкурентоспособности по цепочке создания стоимости.
4.	Тема 4. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии.	1. Системный подход к разработке маркетинговой стратегии, уровни маркетинговой стратегии. Разработка маркетинговой стратегии на корпоративном уровне, функциональные стратегии маркетинга, инструментальные стратегии маркетинга. 2. Стратегический анализ инвестиционного портфеля организации. Портфельные стратегии Модель DE \ McKinsey. Матрица БКГ. 3. Стратегии развития организации. Эталонные (базовые) стратегии. 4. Матрица стратегий роста И. Ансоффа. 5. Матрица конкурентных преимуществ М. Портера и базовые стратегии конкуренции. 6. Наступательные и оборонительные маркетинговые стратегии в зависимости от позиции организации на рынке.
5.	Тема 5. Стратегические решения по реализации маркетинговой стратегии: выбор и обоснование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики	1. Цели и задачи товарной политики организации. Принципы формирования товарного ассортимента. Методы анализа и эффективности товарного портфеля с позиции финансового результата работы на рынке. 2. Маркетинговые стратегии на этапах жизненного цикла товара. Стратегические решения по обновлению товарного ассортимента, разработка и выведение новых товаров на рынок. 3. Марочные стратегии. 4. Стратегии маркетинга в области ценообразования: затратное ценообразование, конкурентное ценообразование, ценообразование основанное на анализе уровня спроса на товар. Стратегии соотношения качества и цены товара. Оценки эффективности принятых ценовых решений. 5. Стратегии в области каналов сбыта продукции и услуг. Выбор стратегии охвата рынка. Принятие решения о длине и структуре канала распределения. Критерии выбора оптимального канала распределения. Оценка эффективности системы продаж и сбыта. 6. Разработка концепции и стратегии продвижения

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		продуктов и услуг организации на рынок. Стратегии построения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Креативные стратегии в области рекламы и продвижения. Разработка программы и бюджета реализации стратегии продвижения.
6.	Тема 6. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности.	<p>1. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности. Особенности разработки планов маркетинга: системный подход к планированию, ситуационный характер (варианты (сценарии) развития ситуации; многовариантный, динамичный, непрерывный характер планирования, внесение в планы всех изменений, влияющих на деятельность организации.</p> <p>2. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки: краткая аннотация главных целей и рекомендаций, включенных в план; текущая и прогнозная маркетинговая ситуация; опасности и возможности; маркетинговые цели; маркетинговые стратегии; программа действий.</p> <p>3. Бюджет маркетинга – раздел плана маркетинга, отражающий проектируемые величины доходов, затрат и прибыли.</p> <p>4. Процедуры и методы контроля, которые необходимо осуществить для оценки уровня успешности выполнения плана. Внутренний и внешний аудит маркетинговой деятельности.</p>

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией.	<p>1. Место маркетинга в общей системе управления организацией. Изменение концепции маркетинга во времени. Новая роль маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций. Стратегический и операционный маркетинг. Цели и задачи стратегического маркетинга в организации.</p> <p>2. Взаимосвязь маркетинговой стратегии с корпоративной и финансовой стратегией организации, достижением необходимых финансовых результатов деятельности организации на рынке.</p> <p>3. Сущность, виды и уровни разработки маркетинговой стратегии. Методические подходы к ее разработке.</p> <p>4. Маркетинг лояльности. Маркетинг партнерских отношений.</p> <p>5. Роль и место маркетинга в системе управления на основе BSC.</p> <p>6. Показатели и критерии оценки маркетинговой деятельности в рамках достижения основных стратегических целей компании.</p> <p>7. Понятие инвестиций в маркетинг, способы оценки их</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>эффективности. Маркетинговые активы, их роль и значение в структуре капитала компании. Цепочка результативности маркетинга.</p> <p>8. Особенности российского маркетинга на современном этапе развития российского рынка и бизнеса.</p>
2.	<p>Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование</p>	<p>1. Тенденции развития потребительского спроса. Влияние факторов внешней и внутренней среды на поведение потребителя. Методы выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей.</p> <p>2. Разработка стратегии организации, ориентированной на рынок. Сегментирование рынка организации – результат исследования покупательского поведения и оценки рыночного потенциала. Особенности сегментирования рынка в цифровой среде.</p> <p>3. Многоуровневое сегментирование. Понятие микро и макросегментации при разработке стратегии маркетинга. Методика и процесс сегментирования: основные этапы, их содержание. Стратегии сегментирования.</p> <p>4. Выбор и оценка привлекательности целевых сегментов рынка.</p> <p>5. Стратегическое позиционирование. Взаимосвязь стратегии сегментирования, позиционирования и стратегии продвижения на целевых рынках. Способы, инструменты и стратегии позиционирования на целевых сегментах рынка.</p> <p>6. Разработка комплекса и программы маркетинга, соответствующих избранной стратегии позиционирования. Стратегическое позиционирование и управление брендом.</p>
3.	<p>Тема 3. Анализ конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое преимущество.</p>	<p>1. Анализ конкурентной позиции компании на рынке. Роль, цель и задачи конкурентного анализа. Измерение конкурентоспособности организации, факторы на нее влияющие.</p> <p>2. Источники конкурентного преимущества. Типы конкурентного преимущества. Операционное и стратегическое преимущество.</p> <p>3. Методы и модели оценки конкурентной позиции организации на отраслевом и территориальном рынке, а также на целевых сегментах рынка.</p> <p>4. Оценка сил конкурентного давления по модели 5-ти сил Майкла Портера. Ее применение в маркетинговой стратегии.</p> <p>5. Метод экспертной взвешенной балльной оценки конкурентоспособности организации на целевом рынке.</p> <p>6. Построение многоугольника конкуренции («радара конкуренции») и принятие решений в маркетинге.</p> <p>7. Использование метода SWOT – анализа в конкурентном анализе. выбор стратегических альтернатив.</p> <p>8. Оценка конкурентоспособности по цепочке создания стоимости. Маркетинг в цепочке создания стоимости.</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		<p>9. Инновации в продукте, услуге, системе обслуживания клиентов и продвижении как факторы формирования стратегического преимущества.</p> <p>10. Бенчмаркинг – как способ изучения лучшего опыта конкурентов.</p>
4.	<p>Тема 4. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии.</p>	<p>1. Системный подход к разработке маркетинговой стратегии, уровни маркетинговой стратегии. Разработка маркетинговой стратегии на корпоративном уровне, функциональные стратегии маркетинга, инструментальные стратегии маркетинга.</p> <p>2. Стратегический анализ инвестиционного портфеля организации. Портфельные стратегии Модель DE \ McKinsey. Матрица БКГ.</p> <p>3. Стратегии развития организации. Эталонные (базовые) стратегии развития.</p> <p>4. Матрица стратегий роста И. Ансоффа.</p> <p>5. Матрица конкурентных преимуществ М. Портера и базовые стратегии конкуренции.</p> <p>6. Наступательные и оборонительные маркетинговые стратегии в зависимости от позиции организации на рынке.</p>
5.	<p>Тема 5. Стратегические решения по реализации маркетинговой стратеги: выбор и обоснование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.</p>	<p>1. Цели и задачи товарной политики организации. Принципы формирования ассортиментной матрицы.</p> <p>2. Методы анализа товарного ассортимента: глубины, ширины и эффективности товарного ассортимента с позиции финансового результата работы на рынке. Особенности маркетинга услуг.</p> <p>3. Маркетинговые стратегии на этапах жизненного цикла товара.</p> <p>4. Стратегии оптимизации товарного портфеля.</p> <p>5. Стратегические решения по обновлению товарного ассортимента, разработка и выведение новых товаров на рынок.</p> <p>6. Инновационные продукты и услуги, поиск идей и механизмы их реализации в товарное предложение компании.</p> <p>7. Марочные стратегии.</p> <p>8. Стратегии маркетинга в области ценообразования: затратное ценообразование, конкурентное ценообразование, ценообразование основанное на анализе уровня спроса на товар. Стратегии соотношения качества и цены товара.</p> <p>9. Оценки эффективности принятых ценовых решений.</p> <p>10. Стратегии в области каналов сбыта продукции и услуг. Выбор стратегии охвата рынка. Принятие решения о длине и структуре канала распределения. Критерии выбора оптимального канала распределения. Оценка эффективности системы продаж и сбыта.</p> <p>11. Разработка концепции и стратегии продвижения. Стратегия построения интегрированных маркетинговых</p>

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
		коммуникаций. Креативные стратегии в области рекламы и продвижения. Разработка программы и бюджета реализации стратегии продвижения.
6.	Тема 6. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности	<p>1. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности. Диапазон плана маркетинга.</p> <p>2. Особенности разработки планов маркетинга: системный подход к планированию, ситуационный характер (варианты (сценарии)); разнообразие подходов к планированию маркетинговой деятельности.</p> <p>3. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки: краткая аннотация главных целей и рекомендаций, включенных в план; текущая и прогнозная маркетинговая ситуация; опасности и возможности; маркетинговые цели; маркетинговые стратегии.</p> <p>4. Программа маркетинговых действий. Бюджет маркетинга – раздел плана маркетинга, отражающий проектируемые величины доходов, затрат и прибыли.</p> <p>5. Процедуры и методы контроля, которые необходимо осуществить для оценки уровня успешности выполнения плана. Внутренний и внешний аудит маркетинговой деятельности.</p>

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений

Код компетенции	Содержание компетенции
	деятельности и организаций

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Роль маркетинга в системе стратегического управления организацией.	ОПК-3	тестирование		письменно
Тема 2. Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей и ценностных предложений методом сегментирования рынка. Стратегическое позиционирование	ОПК-3 ОПК -4	тестирование практическое задание решение кейса		письменно письменно
Тема 3. Анализ конкурентоспособности организации. Операционное и стратегическое преимущество.	ОПК-3 ОПК -4	тестирование практическое задание		письменно письменно
Тема 5. Разработка и выбор маркетинговой стратегии: анализ портфеля, стратегии роста, конкурентные стратегии.	ОПК-3 ОПК -4	тестирование решение кейса		письменно устно
Тема 6. Стратегические решения по реализации маркетинговой стратегии: выбор и обоснование	ОПК-3 ОПК -4 ОПК-4	тестирование Практическое задание		письменно письменно письменно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики.				
Тема 7. Стратегический план маркетинга. Аудит маркетинговой деятельности	ОПК-4	тестирование		письменно
	ОПК-3 ОПК -4		Зачет, курсовая работа	Тест, защита курсовой работы

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-3 – Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Усвоение основных теоретических моделей и методов проведения стратегического и конкурентного анализа и разработки маркетинговой стратегии в условиях сложной и динамичной среды	1, 2, 3,4.5.6
2	Умение проводить стратегический анализ рынка и оценку конкурентной позиции организации в в условиях сложной и динамичной среды. Способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию,оценивать их последствия	3, 4, 5, 6, 7

Код компетенции	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные
-----------------	--------------	--

	возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Усвоение роли и места маркетинговой стратегии при разработке стратегического плана развития компании, бизнес-планов компании и конкретных ее проектов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	1, 2, 3,4.5.6
2	Способность на основе результатов стратегического анализа рынка, разработать маркетинговую стратегию и программу действий по ее реализации, необходимую для достижения показателей, запланированных в стратегическом плане развития компании, ее бизнес-планах и проектах создания и развития новых направлений деятельности и организаций	3, 4, 5, 6, 7

Поскольку учебная дисциплина призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка (зачет) по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3 – Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание теоретических моделей и методов стратегического анализа и разработки стратегии организации в условиях сложной и динамичной среды	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	Тест
Степень усвоения методов проведения стратегического и конкурентного анализа и разработки маркетинговой стратегии в условиях сложной и динамичной среды	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	Тест Практические задания кейс
Способность проводить стратегический анализ рынка и разрабатывать маркетинговые стратегии, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	Тест Практические задания кейс

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-4 – Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Знание основных принципов и методов формирования маркетинговой стратегии в рамках бизнес-планирования в компании; порядка и	Знание соответствующей теории	Знание соответствующей методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	Тест, Практические задания

<p>основных этапов подготовки бизнес-плана с целью выявлять и оценивать новые рыночные возможности организации обосновать и предложить программу действий в области маркетинга, необходимую для достижения показателей, запланированных в бизнес- плане развития компании и ее проектах; уметь оценивать ее возможности и эффективность</p>				
<p>Степень усвоения механизмов реализации маркетинговой стратегии и программы действий в области маркетинга, необходимой для достижения показателей, запланированных в бизнес- плане развития компании и ее проектах;</p>	<p>Знание соответствующей теории</p>	<p>Знание соответствующей методологии</p>	<p>Умение применять теорию и методологию на практике</p>	<p>Тест, Практические задания, кейс</p>
<p>Способность выявлять и оценивать новые рыночные возможности; разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>Знание соответствующей теории</p>	<p>Знание соответствующей методологии</p>	<p>Умение применять теорию и методологию на практике</p>	<p>Тест, Практические задания, кейс</p>

--	--	--	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано</p>	<p>При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>	<p>При 100 % сформированных компетенций по дисциплине</p>

более 50% компетенций.			
------------------------	--	--	--

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Текст вопроса	Варианты ответов
Анализ, проводимый с целью определения значения, которое целевые потребители придают тем или иным выгодам, связанным с приобретением продукции, это анализ	<ul style="list-style-type: none"> • цепочки ценности • функционально-стоимостной • деятельности конкурентов • потребительской ценности
Анализ потребительского поведения используется в стратегическом маркетинге для ...	<ul style="list-style-type: none"> • сегментации рынка • разработки структуры службы маркетинга • составления досье конкурентов • анализа рыночных возможностей
Паспорт рынка, используемый при стратегическом анализе рынка - это	<ul style="list-style-type: none"> • набор управленческих процессов, которые позволяют бизнесу определить стратегические цели при оптимальном использовании имеющихся ресурсов • система показателей, по которой компания осуществляет мониторинг рынка • набор показателей, для исследования поведения потребителей
Антимонопольный комитет РФ охарактеризовал отрасль «Х» как отрасль с низкой конкуренцией. В качестве аргумента использовалось рассчитанное значение индекса Херфиндала. Какое ?	<ul style="list-style-type: none"> • нет правильного ответа • 0,30 • 0,18 • 0,15 • 1,0

Текст вопроса	Варианты ответов
Какую из конкурентных позиций занимает организация, имеющая более 30% доли рынка, лояльных покупателей и узнаваемую марку	<ul style="list-style-type: none"> • благоприятная позиция • прочная позиция • лидер рынка • оборонительная позиция
Распределите этапы процесса анализа конкурентов в порядке следования	<ul style="list-style-type: none"> • выявление конкурентов компании • определение целей конкурентов • выбор тактики поведения компании • оценка сильных и слабых сторон • оценка спектра возможных реакций • установление стратегий конкурентов • бенчмаркинг • конкурентная разведка • анализ конкурентов • промышленный шпионаж
Процесс сравнения продукции и бизнес-процессов компании с продукцией и бизнес-процессами конкурентов или ведущих компаний других отраслей для поиска путей повышения качества продукции и эффективности работы компании - ...	

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
--------------	---

Текст вопроса	Варианты ответов
Стратегический план маркетинга связан с реализацией	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовой стратегии • Корпоративной стратегии • Маркетинговой стратегии • Организационной стратегии
В стратегическом планировании маркетинговой деятельности наиболее эффективный метод планирования рекламного бюджета:	<ul style="list-style-type: none"> • на основе процента от продаж • на основе анализа главного конкурента • на основе средних затрат в отрасли • по остаточному принципу • исходя из целей и задач компании в области продвижении
Оперативное маркетинговое планирование по продолжительности периода плана	<ul style="list-style-type: none"> • До одного года • От 1-го года до 3-х лет • От 3-х до 5-ти лет эксклюзивное распределение • свыше 5-ти лет
Аудит маркетинговой деятельности включает	<ul style="list-style-type: none"> • Ревизию хозяйственной деятельности • Внешний аудит маркетинга в организации

Компания занимается производством и продажей товаров потребительского спроса первой необходимости. При планировании системы продаж наиболее эффективной стратегией распределения для нее будет

Выстройте цели маркетинга в порядке их формулирования в стратегическом маркетинге

- Внутренний аудит маркетинга в организации
- Контроль показателей продаж
- селективное распределение
- интенсивное распределение
- сегментарное распределение
- эксклюзивное распределение

В плане маркетинга при разработке и выведении новых инновационных продуктов на рынок необходимо учитывать следующие основные этапы непрерывной коммерциализации инноваций

- миссия предприятия
- цели предприятия
- общая цель маркетинговой деятельности
- цели для отдельных товаров и рынков
- цели отдельных элементов комплекса маркетинга
- разработка инноваций
- маркетинговые исследования
- сегментация рынка
- позиционирование товара
- управление ЖЦ инноваций

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Практические задания

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Задание 1. Качественный анализ доли рынка.

Используя данные, приведенные ниже в таблице, проанализируйте, у какой компании конкурентная ситуация предпочтительнее, при одинаковой доле рынка?

Качественный анализ доли рынка, %

	Компания А	Компания Б
<i>Пример 1</i>		
Доля рынка	30	30
Состав клиентской базы:		
Высокоприбыльные покупатели	15	5
Непостоянные покупатели	15	50
Неприбыльные покупатели	5	15
Лояльные покупатели	65	30
<i>Пример 2</i>		
Доля рынка	30	30
Состав клиентской базы:		
Покупатели с растущими расходами	40	20
Покупатели с постоянными расходами	25	30
Покупатели с убывающими расходами	35	50

Сделайте выводы по результатам проведенного анализа о конкурентной позиции компаний на рынке.

Задание 2.

Проанализируйте конкурентную позицию торговой сети «Виктория», работающей на калининградском рынке продуктового ритейла.

1). Определите КФУ на отраслевом (региональном) рынке для компании , занимающейся продуктовым ритейлом.

2). Проанализируйте и оцените конкурентную позицию компании на рынке по выделенным КФУ, используя модель «Радара (многоугольника) конкуренции по 6-ти балльной шкале.

3). Определите основные факторы, по которым компанииследует позиционировать себя на отраслевом рынке.

Задание 3.

Предложите стратегию конкурентного позиционирования для компании «Спортмастер», занимающейся продажей спортивного инвентаря, одежды и прочих товаров для спорта и отдыха , выполните следующие задания:

- 1) Используя информацию из открытых источников. Проанализируйте рынок и продукцию компании.
- 2) Определите КФУ на данном отраслевом рынке.

- 3) Проведите конкурентный анализ ТМ компании и ее продукции на региональном рынке.
- 4) Проведите сегментирование рынка и выделите целевые сегменты покупателей.
- 5) Опишите профили каждого целевого сегмента рынка, выделив ключевые ценности.
- 6) Предложите стратегию конкурентного позиционирования на целевых сегментах рынка.

Проверяемые компетенции

ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
--------------	---

Задание 1.

При разработке бизнес-плана по выходу на новый региональный рынок производственная компания, работающая на сегменте корпусной мебели для дома и офисов решает проблему организации и выбора эффективного канала сбыта продукции и оценки эффективности продаж через этот канал.

Фирма-производитель предполагает организовать продажи либо через своё торговое представительство (ТП), либо через местного оптовика. Менеджмент компании склоняется больше к первому варианту – организовать в новом регионе свое торговое представительство. Однако необходимо понять, что выгоднее для компании и какой вариант управленческого решения включать в разработку бизнес-плана по выходу на новый рынок.

Анализ затрат показал, что при организации ТП постоянные затраты фирмы (зарплата, автомобиль, аренда, телефон и пр.) составят 180 000 рублей в месяц. Кроме того необходимо будет оплачивать комиссионные торговому представителю в размере 3 % от оборота. Маржа местного оптовика, через которого фирма собирается работать в регионе, будет составлять по договору 12% от оборота.

Помогите менеджерам компании, используя критерий минимизации затрат по каналу продаж определите при каком объеме продаж фирме выгоднее организовать своё торговое представительство?

Проведите необходимые расчеты, сделайте выводы по результатам вашего анализа и сформулируйте решение об организации продаж компании на новом рынке, которое должно быть отражено в бизнес-плане компании.

Задание 2.

На заседании проектной группы, связанной с разработкой и выводением на рынок нового вида продукта, менеджер по проекту представил следующие данные о прогнозируемом объеме продаж данного товара, структуре затрат, связанных с его производством, и планируемой рыночной цене на товар.

Объем продажи	9500 изделий
Постоянные издержки	23750 долл.
Переменные издержки	1 долл. на изделие

Отпускная цена производства 5,5 долл.

Однако предлагаемая цена продукта стала предметом дискуссии, в связи с тем, что мониторинг цен на аналогичные товары и товары-субституты на рынке показал, что она не конкурентоспособна и завышена. Руководитель группы предложил снизить планируемую отпускную цену на 10%, полагая, что в этом случае цена становится вполне приемлемой рынком и обеспечит прогнозируемые объемы продаж данного товара. Финансовый директор, который участвовал в заседании проектной группы, наполнил, что такое управленческое решение не должно при этом вести к ухудшению финансовых показателей проекта с точки зрения его доходности.

Каким должен быть планируемый объем продаж при новом ценовом решении, чтобы финансовые результаты, с точки зрения доходности от продукта, заложенные в проекте первоначально не ухудшились.

Задание 3.

Производственная фирма «Прогресс» планирует на 1-й квартал 2017 г. произвести и продать 50 000 единиц по цене 50 руб. за единицу

При этом плановые расходы предприятия составят:

Статья расходов	Руб.
1. Управленческие расходы	600 000
2. Аренда помещений, обслуживание и амортизация оборудования, коммунальные платежи, налог на имущество	300 000
3. Расходы на сырье и материалы (полностью потребляются)	350 000
4. расходы на упаковку (полностью используются)	200 000
5. Комиссионные торговому персоналу (с ЕСН)	150 000
6. Сдельная зарплата рабочих (с ЕСН)	300 000
7. Расходы на исследование рынка и рекламу	200 000
8. прочие постоянные расходы	100 000

1. Рассчитайте точку безубыточности для фирмы «Прогресс» в 1-ом квартале 2017 г. (в единицах товара и рублях).

2. Прибыль предприятия в 1-ом квартале 2017 г.

3. Запас финансовой прочности в 1-ом квартале 2017 г.

4. Под давлением конкурентов, во 2-ом квартале 2017 г. предприятие вынуждено снизить цену до 40 руб. за единицу товара. При этом, по прогнозу, объем реализации во 2-ом квартале может составить только 40 000 единиц товара. У предприятия нет возможности снизить свои переменные издержки. До какой величины фирме требуется сократить постоянные издержки, чтобы выйти на безубыточность во 2-ом квартале.

Критерии и шкала оценивания компетенций при выполнении практических заданий

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с алгоритмом анализа полученного решения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задание выполнено не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задание не выполнено.

6.3.3. Решение кейсов

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Кейс 1. «Как из ничего сделать вещь. История успеха»

Опыт разработчика и корректировки маркетинговой стратегии делятся Ковалев Ю.С.- генеральный директор и Потапенко И.А.- директор по маркетингу компании «Vistar».

Есть идея!

Производственное направление возникло почти стихийно. В качестве уставного капитала фирме «Vistar» достался некоторый запас нового необычного материала под названием пенополиэтилен (софтлон). Софтлон — это эластичный, очень приятный на ощупь, экологически безопасный, во-доотталкивающий, теплонепроницаемый, шумоизолирующий полимер.

Было ясно, что «зависшую» партию материала продать в рулонах невозможно, поэтому решили организовать штамповку изделий из него. Но какие изделия можно было быстро придумать? Для решения этой проблемы провели «мозговой штурм»: раздали кусочки материала друзьям, родственникам, знакомым и попросили ответить на вопрос:

«Что бы вы хотели получить из этого материала?».

Из огромного множества идей выбрали самые быстро осуществимые, и эксперимент начался. В поисках ключевого товара испробовали много направлений: производили хозяйственные коврики для ванной комнаты, туалета, балкона, сауны; пляжные коврики; подставки под горячие блюда; подставки для офисной техники (для телефона, факса, клавиатуры, принтера, коврики для «мышки», подштемпельные подушки).

«Канцелярское направление» отпало почти сразу: офисная техника не нуждается в подставках. Хозяйственные коврики покупателю понравились, но эти коврики очень практичны и долговечны, поэтому местный рынок насыщался довольно быстро, а объем продаж постоянно колебался в такт задержкам зарплаты на предприятиях города.

Одним словом, все эти товары: коврики, подставки, подушки — могли служить лишь вспомогательной продукцией, но не основной. Согласно «матрице БКГ» все эти «проблемные дети» родились и умерли «под знаком вопроса». Ни один из них не превратился в «дойную корову», все они — издержки экспериментов, разве только, пожалуй, банные и пляжные коврики (к сезону) продолжают привлекать заказчиков.

В итоге в качестве ключевой компетенции выбрали производство совершенно нового для России товара в совершенно новой для частного предприятия сфере — в сфере гостиничного бизнеса. Этот выбор произошел тоже несколько стихийно: занимаясь коммерцией, часто приходилось бывать в командировках и жить в гостиницах. Проблемы гостиничного клиента хорошо ощущаются «на собственной шкуре»: все бытовые мелочи от мыла и зубной щетки до тапочек приходилось возить с собой. (В заграничных поездках мы с радостью находим в номере мыло и шампунь, полагая, что это и есть «потолок» гостиничного сервиса.)

Однажды, отправившись в очередную поездку в Москву, один из авторов забыл взять с собой домашние тапочки. Каково же было удивление, когда на пороге гостиничного номера оказались простенькие, кривенькие, полубумажные, непрочные, китайские, но такие нужные тапочки!

Совпали три фактора: лично прочувствованная потребность клиента, запас подходящего материала и зарождающаяся готовность российских гостиниц позаботиться об уровне сервиса.

На китайских тапочках был напечатан телефонный номер фирмы, поставляющей их в Россию. Немедленно связавшись с этой фирмой, мы поняли, что обнаружили совершенно свободную, лишь только открывающуюся экономическую нишу. Фирма-посредник была готова к сотрудничеству, и мы договорились при встрече рассмотреть образцы и, если они понравятся, заключить взаимовыгодный «стратегический альянс»: брянское предприятие брало на себя функции производства, а московская фирма-посредник — маркетинг и сбыт товара. Преимущество этого бизнеса заключалось еще и в том, что одноразовые тапочки, включенные в стоимость гостиничного номера, уходят автоматически: сколько клиентов прошло, столько продукции и ушло.

Исследование рынка. Анализ внешних и внутренних факторов.

Внешние факторы нашего бизнеса были достаточно противоречивы.

Российское законодательство совсем не стимулирует развитие частного производства. Но случайные коммерческие операции — занятие тоже не очень надежное. К тому же все экономические кризисы рано или поздно сменяются производственным ростом. Не отказываясь окончательно от коммерции, необходимо заранее позаботиться о нише в производственной сфере.

На Западе уже существует огромная индустрия для обеспечения отелей самыми разнообразными товарами индивидуального пользования. Переориентация нашей страны на свободный рынок сильно ударила по наполняемости гостиниц (общее падение доходов населения сократило туризм; «коллапс» промышленности снизил число командировок). На гостиничном рынке возникла конкуренция. Постепенно гостиничные менеджеры осознали: за клиента надо бороться не только с помощью низких цен, но и путем повышения сервиса.

Крупные российские производители сориентироваться на этот свободный рыночный сектор пока не успели: экономическая ниша абсолютно свободна. Почему бы нам ее не занять?

Производство тапочек не требовало дорогого оборудования и высоких технологий. Изучить очень простое новое производство и организовать работу специалистов-профессионалов, было вполне по силам.

Фирма «Vicmar» не имела никакого производственного оборудования. Но Брянск — крупный промышленный центр, в большинстве своем заводы в середине 90-х годов простаивали, распродавали технику и радовались любому заказу. На фирме начались муки, что выгоднее: купить бывший в употреблении пресс или разместить заказ на каком-нибудь предприятии? Если ошибемся в расчетах и бизнес не пойдет, пресс повиснет мертвым капиталом; если бизнес пойдет быстро и успешно, все равно обойтись одним станком не сможем; если бизнес пойдет «космическими темпами», придется вместо простенького обувного прессы искать подходящее, высокопроизводительное оборудование.

Как известно, приобретение станка рождает новые проблемы: рост налога на имущество, поиск и аренда производственного помещения, найм специалистов (штамповщик, механик и пр.). А вдруг сразу не удастся загрузить их работой? Короче — головная боль. Следовательно, выгоднее разместить заказ на предприятии, а не покупать технику.

Запасы сырья у фирмы пока были. Завод-производитель известен. Но его маркетинговая стратегия ориентирована на крупных заказчиков, получающих материал вагонами. Большие объемы нам не под силу. Мелких и средних клиентов завод отправляет к коммерческим фирмам-спутникам, продающим софтлон с 30—50%-ной наценкой. Значит, надо было отправиться на Урал и договариваться с изготовителем о заключении прямого контракта, минуя посредников: при таких больших затратах на транспортные расходы мы не могли терять так много на посредниках.

Были ли у нас запасные каналы сбыта на случай, если наш «московский альянс» оказался бы миражом? Для ответа на этот вопрос были проведены предварительные консультации с директорами всех брянских гостиниц, которым предложили пробные образцы будущих тапочек. Им идея очень понравилась.

Итак, целевой сегмент определен: столичный и брянский гостиничный рынок. Самые доступные каналы сбыта тоже стали ясны: сочетание прямых продаж с поиском торговых посредников.

Разработка товара

Гостиничные тапочки — это товар для короткого (2-х — 5-дневного) использования. Тапочки не должны быть слишком прочными, но должны быть удобными, приятными и достаточно простыми (без склеек и швов). Возможно, клиент захочет взять тапочки с собой для дальнейшего путешествия, значит, они должны быть легкими и не занимать

много места в багаже (складными и цельно кроенными).

При разработке модели надо было постараться избежать лишних отходов, вспомнили все складные шлепанцы, за основу взяли известный «аргентинский вариант» (с перепонкой между пальцами).

Так родилась очень простая модель: две сомкнутые перепонки застегиваются, как пуговица, образуется бантик, похожий на бабочку. Длина перепонки и оптимальный усредненный размер подбирались экспериментальным путем (сначала из бумаги).

Первые заказы были размещены на маленьком частном предприятии — в обувной мастерской. Партнеры выделили фирме один пресс и согласились в оплату за его использование брать «десятину» (1/10 часть расходуемого материала).

От возникновения идеи товара до выпуска первой партии изделий прошло примерно 2 недели. Московскому посреднику модель очень понравилась. Мы заключили контракт на огромную поставку. Впрочем, еще через неделю партнер скоропостижно и безнадежно куда-то исчез, и пришлось обращаться к запасным вариантам дистрибуции.

Сегодня, оглядываясь назад, мы думаем, что этот период был очень серьезным «переломным» событием в жизни фирмы. Ведь до сих пор, занимаясь «всем, что приносит деньги», не имея специализации, мы не имели и перспектив. С открытием нового производства ощутили, что почва под ногами становится более твердой; поняли, что для занятия производством в России требуется почти маниакальное упорство и терпение; поняли, что финансовый оборот станет гораздо медленнее, что встретится очень много «подводных рифов».

Поэтому фирма очень осторожно определяла свои цели: укрепиться в обнаруженной экономической нише, завоевать репутацию и хотя бы относительную известность торговой марки, а потом — готовить ресурсы для «большого прыжка» на открывшийся рынок и начинать движение к брэндю.

Разработка ценовой стратегии

Очень серьезно пришлось задуматься и при разработке ценовой стратегии.

Размещение производства в провинциальном промышленном городе давало (и дает) некоторые затратные преимущества: позволяет экономить благодаря недорогой рабочей силе, низким арендным ставкам и т.д.; свести переменные затраты до минимума;

постоянные затраты временно исключить при расчетах совсем (переложили их на начальном этапе на другие направления бизнеса).

В беседах с директорами отелей выяснилось, что цена тапочек не должна превышать 2—3% от стоимости номера. Аналогичная импортная продукция предлагалась конкурентами по достаточно высоким ценам (в 5—10 раз выше, чем себестоимость наших тапочек), поэтому простор для маневра оставался весьма значительный. В стоимость тапочек были заложены 10% комиссионных для наших торговых агентов; разработали систему скидок (от 5 до 30% в зависимости от объема партии).

Продукция не должна быть дорогой, это сузит сектор рынка, но она не должна быть и слишком дешевой, так как это заронит сомнение покупателя в качестве товара. (В дальнейшем фирма постоянно корректировала свой прейскурант и систему скидок, применяя принцип некруглых цен и другие психологические приемы, но, к сожалению, полностью отказаться от затратного подхода оказалась не в состоянии и сегодня.)

Стратегия продвижения и коммуникации.

Недостаточно быстрый оборот капитала, постоянный финансовый голод, «дамоклов меч» затратного принципа ценообразования — все эти факторы загоняют фирму в очень

узкие и неудобные рамки при разработке и осуществлении коммуникативной маркетинговой стратегии.

«*Vicmar*» предстояло «известить гостиничный мир» о появлении новой продукции и убедить, что их тапочки — это именно тот товар, который позволит гостиницам решить проблему повышения уровня сервиса, завоевать поредевшего клиента, создать в номере атмосферу домашнего уюта, получить дополнительную прибыль и даже уберечь от быстрого износа ковровые покрытия. Фирме предстояло доказать, что брянские тапочки качественнее дешевых китайских и практичнее (не промокают!) дорогих европейских. Словом, предстояло много потрудиться для формирования рынка.

«*Vicmar*» не могла опираться на рекламу: просто не было денег. Единственный доступный фирме метод — почтовая рассылка коммерческих предложений — не дал ни одного заказа: в письме действительно очень трудно объяснить суть нового товара и новой услуги.

«Прямые продажи» очень трудно делать из Брянска: большие командировочные расходы, плохая телефонная связь (пару раз не дозвонившись, клиент может оставить идею заказа), неудобство при пересылке маленьких партий товара (а ведь крупного заказчика «выращивают» из мелкого клиента). Поэтому хотя дело и росло, но очень трудно и недостаточно быстро.

Самым продуктивным методом коммуникации и продвижения товара оказались выставки-продажи в Москве. Первый опыт участия был не слишком успешным, допустили ошибку в тематическом выборе. Отправились на международную выставку «Быт и мода», скооперировавшись в оплате с другим брянским предприятием. Но на этой выставке совсем не было «целевой аудитории» — гостиничных менеджеров, но зато товар очень нравился обычным посетителям. Тапочки покупали частные клиенты для поездок в командировки, для дачи, для гостей. Это подтолкнуло нас к мысли, что «целевой сектор» в будущем можно расширить за счет авиа- и железнодорожных компаний, салонов красоты, медицинских, лечебных учреждений и т.п.

Посетителям очень понравилась оригинальность модели, было решено ее запатентовать; потом пришла идея обзавестись штрих-кодом (штрих-код на этикетке не имел особого практического значения, но придавал «солидность»), обратились в «ЮНИСКАН».

К участию в следующей выставке фирма готовилась уже очень тщательно:

наштамповали из отходов миниатюрные сувенирные образцы (они позволяют увидеть модель, пощупать материал и найти наши реквизиты на этикетке);

оформили «прайс-лист» в виде настольного календарика с сувенирной тапочкой, продумали систему скидок.

Реклама в центральных СМИ для «*Vicmar*» долго оставалась практически недоступной, но интерес к продукции проявила местная и даже центральная пресса. Еще одно удачное совпадение: брянский департамент занятости прислал на фирму журналистов из программы «Телеутро». Они сняли репортаж и показали сюжет по всероссийскому телевидению ровно за неделю до открытия Московской международной выставки «Гостиничный бизнес», к которой велась подготовка. Эта выставка дала потрясающий результат: число заказчиков выросло во много раз.

С тех пор в выставках «Гостиничный бизнес» «*Vicmar*» участвует ежегодно. Именно выставки расширили географию клиентов: фирма получила заказы из Краснодара, Мурманска, Калининграда, Иркутска и других городов. Правда, с расширением сбыта

возникли новые проблемы, опять пришлось уточнять и пересматривать маркетинговую стратегию.

Корректировка маркетинговой стратегии в процессе развития бизнеса.

Прежде всего, уточнения требовал сегментный анализ рынка. На начальной стадии сознательно ограничились гостиничным сектором. Однако было понятно, что продукцию «Vicmar» можно реализовывать и в других отраслях.

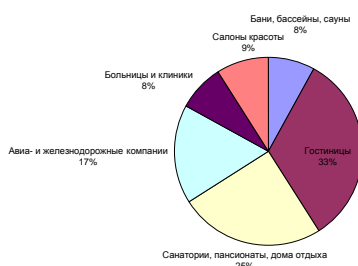
Потенциальный рынок выглядел примерно так (рис. 1).

- Гостиницы оставались самым крупным потребителем. Заметно расширилась география заказчиков (от Усть-Кута Иркутской области до Калининграда и от Сочи до Мурманска); появились первые зарубежные (болгарские) клиенты.

- Первые же заказы от подмосковных пансионатов подтолкнули нас к завоеванию сочинского курорта. Свою «экспансию» фирма просчитала заранее: в августе привезла экспозицию на сочинскую выставку «Курорты и отели» и уже к концу сезона получила первые небольшие заказы. Затем на аналогичной мартовской выставке (в преддверии нового сезона) «Vicmar» напомнила о себе уже более активно, сочетая экспозицию с личными контактами и рекламной «бегущей строкой» в местных телеканалах. Лето следующего года эту стратегию окупил ростом заказов из Краснодарского края, а на фирме даже появилась специальная модель для пансионатов и домов отдыха — тапочки «универсальные», прочные и нескользкие.

Рисунок 1. Сегментарный анализ рынка

Сегментарный анализ рынка продукции фирмы "Vicmar", %



Таким образом, сезонные колебания спроса были уравновешены по схеме: гостиницы—санатории, Москва—Сочи.

- Железнодорожные и авиакомпании — это совсем новый рынок.

При перелетах, занимающих более 4 часов, авиакомпании обязаны предоставлять пассажирам сменную обувь. Покупают они почему-то китайские бумажные носки или забывают об этой услуге вообще. Внедриться на этот рынок «Vicmar» пока удастся с трудом (он очень закрытый для «чужаков»), но это перспективное направление.

А вот Брянское отделение Московской железной дороги откликнулось на нашу идею сразу же, заказав пробную партию из 100 пар тапочек и 100 кусочков гостиничного мыла; через неделю заказ удвоился, потом опять удвоился. Потом было просчитано количество мест в купейных и «СВ» вагонах двух фирменных брянских поездов и составлен график

поставок на ближайший год. Тапочки в поездах — это тоже способ продвижения товара, завоевание известности.

- Четвертый сегмент — медицинские учреждения. Их потребность в гигиенической сменной обуви очень высока: обувь для посетителей больниц, процедурных и рентгеновских кабинетов, для станций переливания крови действительно нужна. Но нашей медицине не хватает денег на самое необходимое, даже на лекарства и оборудование. Так что те немногие клиники, которые приобретали брянскую продукцию, старались ее использовать как многоразовую и долгосрочную (2—3 недели, благо тапочки можно дезинфицировать любыми средствами).

Те же финансовые проблемы стоят плотной стеной между фирмой «Vicmar» и музеями.

- Следующий рыночный сегмент — салоны красоты. Они озаботились простой сменной обувью еще раньше, чем гостиницы. Но СЭС запретила использовать тканевые тапочки, поэтому изделия брянской фирмы пришлось очень кстати. Однако это мелкие заказчики, они разбросаны по всей Москве, работать с ними без посредников не очень удобно.

- Самое перспективное направление — бани, сауны, бассейны. Специально для них разработана еще одна модель — тапочки для саун и бассейнов с антискользящим покрытием. Новая разработка даже была награждена Дипломом 2-й степени Министерства промышленности, науки и технологий на Нижегородской ярмарке. Но главное, эта инновация стремительно расширяет наш рынок сбыта.

Итак, пересмотр сегментов рынка привел к расширению целевой аудитории фирмы и к увеличению числа заказчиков и объема заказов. А рост заказов потребовал расширения производства и приобретения собственного оборудования.

Нам удалось решить и проблему закупок сырья. При личных контактах руководство завода-поставщика не только пошло на подписание долгосрочного договора на мелкие поставки, но и согласилось предоставлять отсрочку платежа. Реализация их материала в то время шла не слишком успешно, и это порой порождало трагикомические ситуации. Иногда вместо одного контейнера софтлона завод присылал два-три, загоняя нас в долгосрочную кабалу, но руководствуясь при этом самыми добрыми побуждениями.

Не забывали мы и о маркировке — упаковке. Первоначальные простенькие этикетки на самоклеющейся бумаге, распечатанные на ксероксе, сменились симпатичными двухцветными фирменными наклейками.

Два года назад удалось изменить и упаковку: вместо полиэтиленового пакета для упаковки теперь используется казанский вакуумный термоупаковочный аппарат. Очень долго мы мечтали об этой установке, но импортное оборудование было не по карману. Теперь проблема упаковки полностью решена.

Произошли изменения и в распределительной стратегии. После презентаций на выставках, телепередач и статей в центральной прессе пошли предложения от дистрибьюторов и дилеров. Не все, но некоторые из них стали постоянными агентами фирмы в Калининграде, Воронеже, Сочи, Краснодаре, Ростове, Москве. Реализацию тапочек они сочетают с другими видами бизнеса, их объемы реализации не слишком высоки, но они считают это направление перспективным (хотя пока многие гостиницы заказывают у них брянскую продукцию только для «люксов»).

Особенно сложно наладить отношения с посредниками в Москве. Зарубежные фирмы, поставляющие одноразовые гигиенические наборы для отелей, открыли в Москве

свои представительства, которые и оказались нашими главными конкурентами: у них очень большой выбор продукции, красивая упаковка. Но вот тапочки за 3—5 долл. не всегда могут позволить себе даже дорогие столичные отели, поэтому постепенно с конкурентами налаживается система кооперации: тапочки фирмы «*Vicmar*» красуются на их витринах, а продукцию партнеров (швейные, бритвенные наборы, зубные щетки + зубная паста, шапочки и губки для душа и др.) наша фирма поставляет для «люксов» своим постоянным клиентам. Кстати, и для наших заказчиков очень удобно получать всю поставку из одних рук.

Особые отношения сложились у «*Vicmar*» с парфюмерно-косметической фабрикой «Свобода», которая первой из крупных российских предприятий уловила зарождение спроса на одноразовую продукцию в сфере гостиничного бизнеса и запустила в производство мыло и шампунь в мелкой специальной расфасовке.

«*Vicmar*» пришла на «Свободу» со своей продукцией — и родилась совместная дочерняя фирма «Софтэк», призванная сосредоточиться именно на гостиничном рынке. Правда, эта фирма просуществовала недолго, так как основной поток покупателей проходил через торговый отдел «Свободы» и наши образцы было выгоднее держать именно на его витрине. Дополнительное посредническое звено оказалось лишним. Но с тех пор «Свобода» — наш стабильный и надежный партнер, их продукцию мы тоже поставляем своим постоянным клиентам и рекламируем на многих выставках.

Отношения с партнерами (и с заказчиками, и с торговыми агентами) стараемся выстраивать так, чтобы им не хотелось обращаться к нашим конкурентам: не ограничиваем размер минимальной партии, соблюдаем сроки и условия поставок. Фирма зарабатывает репутацию, надеясь, что завтра репутация станет работать на фирму.

Конечно, иногда приходится сталкиваться с откровенным снобизмом: «Что это за российский продукт?! У нас все только импортное!» Иногда непробиваемой преградой оказывается «ватная стена» чиновничества.

Однако, несмотря на все проблемы, рифы и срывы, крушения надежд и разочарования, за прошедшие 5 лет продукция «*Vicmar*» постепенно завоевывает место на гостиничном рынке. Производство растет. Сегодня появилась мода на складные тапочки.

Все чаще возникает проблема борьбы с «недобросовестной конкуренцией», а проще говоря — с пиратством. Помогает нам в защите интеллектуальной собственности Антимонопольный комитет. Хотя пиратство — это тоже своеобразный признак популярности продукции.

Рост бизнеса влечет новые проблемы и трудности, фирма «*Vicmar*» решает их «в порядке поступления» и завоевания позиций в сфере российского гостиничного рынка.

Наши выводы

Малый резерв прочности, ограниченный запас финансовых и человеческих ресурсов, высокая степень риска требуют от менеджера малого предприятия совершенно особого подхода к формированию маркетинговой стратегии: бережного, рационального отношения к своим ресурсам, осторожности, тщательности, выверенности каждого шага, мобильности, быстрой реакции на изменение окружающей среды, постоянной готовности к переменам, большей детальности, конкретности и, возможно, меньшей долгосрочности в планировании. Для разработки такой стратегии требуется постоянный SWOT-анализ, причем уточнения и изменения происходят практически еженедельно, а порой и

ежедневно.

Стратегия инноваций в области продукта требует инвестиций, долгосрочного планирования, конкурентных преимуществ, поэтому для малой фирмы этот путь достаточно сложен, но все же реален. В нашем случае идею нового товара нам дал сам рынок, она буквально «носилась в воздухе». Удачно (хотя и немного случайно) совпали три фактора: лично прочувствованная потребность клиента в одноразовых гостиничных тапочках, запас подходящего материала (софтлона) и зарождающаяся готовность российских гостиниц позаботиться об уровне сервиса вследствие роста внутриотраслевой конкуренции.

От возникновения идеи товара до выпуска первой партии изделий прошло примерно две недели. Мы заняли нишу, упущенную и просмотренную крупными, мощными, но неповоротливыми обувными фабриками.

- «Минусы» макроэкономической ситуации можно превратить в преимущества. Не имея поначалу финансов на приобретение собственного производственного оборудования, мы размещали заказ на штамповку нашей продукции на других предприятиях, простаивающих без работы. Таким образом, общий спад производства в стране, безработица, задержки зарплаты открывали нашим заказам «зеленый свет», а недельная оплата труда рабочих стимулировала высокую ответственность и качество их работы.

- Экономия ресурсов требует от малых предприятий умения кооперироваться. Транспортные расходы, оплату офиса, склада, приобретение и обслуживание офисной техники, оплату труда секретаря мы делали на паях с партнерами, выигрывали от этого обе стороны. Иногда удавалось кооперироваться с конкурентами и превращать их в партнеров по продвижению и нашей продукции, и их товаров, расширяя круг потребителей.

- Особое значение для продвижения новой продукции имеет рациональное сегментирование рынка. Малому предприятию как нельзя более подходит «тактика малых побед». Привлекательность тех или иных рыночных секторов определяется несколькими критериями: географическим положением, доступностью клиента, его потребностью в нашем товаре, уровнем внутриотраслевой конкуренции, платежеспособностью, масштабом деятельности, стабильностью оборота.

- При разработке ценовой стратегии мы вынуждены исходить из затратного принципа ценообразования, причем «львиную долю» в стоимости нашей продукции сегодня составляют постоянные издержки. Эта слабость, характерная для любого малого предприятия, до сих пор не представляла для нас большой проблемы благодаря полному отсутствию конкуренции со стороны российских производителей и очень высокой стоимости европейских аналогов.

Но активное продвижение нашей продукции помимо расширения рынка сбыта имеет и обратную сторону медали: возникли первые конкуренты и пираты. Чтобы удержать завоеванные позиции, нужно быть готовым к снижению цены. Это возможно лишь при резком увеличении объема производства и сведении к минимуму средних постоянных издержек. С увеличением объема заказов нам придется изменить технологию производства, использовать более сложное и высокопроизводительное оборудование, что также позволит сократить затраты и снизить цену.

Главный вывод: сегодня мы вплотную подошли к необходимости скорректировать нашу маркетинговую стратегию, сделать ее более агрессивной.

Вопросы к кейсу:

1. Какие факторы рыночной среды, на ваш взгляд, способствовали развитию бизнеса компании «Vicmar»? Сделайте ситуационный анализ рынка.
2. Проведите анализ внешней среды, используя модель PEST- анализа, выделите ключевые факторы наиболее влияющие на данный бизнес, оцените степень их влияния.
3. Проанализируйте сильные и слабые стороны фирмы.
4. Проведите SWOT- анализ и постройте SWOT-матрицу , отражающую основные стратегические действия, которые были сделаны фирмой на начальном и последующем этапе ее развития?
5. Проведите конкурентный анализ рынка и оцените позиции фирмы «Vicmar» на рынке.
6. Охарактеризуйте стратегию сегментации рынка, которую использовала фирма «Vicmar».
7. Какую стратегию и способы позиционирования своей продукции использовала фирма «Vicmar»? Перечислите основные плюсы и минусы такой стратегии позиционирования.
8. Проанализируйте товарную политику фирмы. Какие товарные стратегии она успешно использовала?
9. Проанализируйте ценовую политику фирмы. Какие достоинства и недостатки вы видите в избранной фирмой ценовой стратегии?
10. Какую стратегию фирма использовала в каналах распределения?
11. Проанализируйте систему продвижения, используемую фирмой на целевых рынках, выделив сильные и слабые стороны. Какие показатели вы использовали для оценки ее эффективности?
12. Учитывая сегодняшний уровень развития российского рынка, предложите новую стратегию маркетинга и программу основных маркетинговых действий для фирмы «Vicmar».

Кейс 2. «Зефиров в шоколаде»

Рабочий кабинет напоминал банкетный зал перед торжественным фуршетом в детском саду – на столах вдоль стены были разложены конфеты в нарядных обертках. Но кондитерское разноцветье не радовало хозяина этого кабинета, Сергея Петровича Зефирова, - коммерческий директор дистрибьюторской компании в крупном районном центре привык к своей продукции. Тем более что она осталась в офисе после переговоров с представителями крупной сети, во время которых ему хотелось продемонстрировать полный ассортиментный ряд – все это великолепие должно было вызвать у гостей аппетит и желание заключить крупный контракт. Но потенциальные партнеры поставили нереальные условия. Ритейлеры ушли, предлагая подумать над скидками и обещая компенсировать разницу большими объемами. Зефиров не хотел идти на такие уступки и счел переговоры неудачными. Теперь вид непроданных карамелек вызывал у Сергея Петровича душевную изжогу. Напрасно он раньше времени рапортовал владельцу фирмы о возможном увеличении прибыли. Нужно было возобновить продажи по старым каналам, чтобы не упали хотя бы прежние показатели.

С утра Сергей Петрович изучал отчеты по отгрузкам за прошедший месяц. Результаты были неутешительными. Отдел прямых продаж опять провалил план.

"Что же с торговыми представителями такое происходит? Может быть, конфеты – это сложный товар?! – возникал мысль в голове у коммерческого. – То ли дело – водка..." И он погрузился в сладкие воспоминания об успешной работе в компании-производителе крепкого алкоголя. Потом в памяти всплыла скорбная мысль о том, что незаметно пролетели любимые праздники кондитерской отрасли – Новый год и 8 Марта, когда у любой фирмы удваивались продажи. Впереди грозно маячили тяжелые летние месяцы. Дети переходили на фрукты, женщины садились на диету. Кто-то после поста набрасывался на молочное и мясное. Зефиров понимал, что судьбы дистрибуции вершатся в точках продаж. Он потянулся к телефону.

- Сергей Петрович, вызывали? – спросил зашедший только 10 минут спустя запыхавшийся начальник отдела прямых продаж Перцов. Вид у него был встревоженный. По увесистой пачке каких-то документов стало ясно, что к разговору Андрей Викторович успел обстоятельно подготовиться.

- Да, - Зефиров посмотрел на подчиненного поверх очков. – Вот, изучаю ситуацию по продажам за прошедший месяц. План... Да что я тебе говорю, и сам знаешь. Хочу посоветоваться, что же нам теперь предпринять. Давай сначала, почему вы не выполняете план продаж?

Перцов сел, не дожидаясь приглашения, положил пачку документов на стол, похлопал по ней и затараторил:

- Сергей Петрович, вы же сами знаете, в чем дело. Если смотреть по заявкам, мои хлопцы даже перевыполнили разрядку – заказы есть. Только вот закупки и логистика подкачали. То хронический "провал" в ассортименте – розница ходовые позиции заказывает, а у нас их нет – не успели завезти. Да и склад постоянно что-то путает при сборе заявок, а потом товароведы не хотят с нами работать. То доставка привезет заказ через два дня, когда клиент уже закупил все, что нужно, на базе, а от наших конфеток отрешивается. В общем, выстроите логистику – гарантирую выполнении плана. А так хоть этот объем удастся продавать, и то хорошо.

Несмотря на сей бодрый рапорт, сомнения Зефирова крепили. Дело в том, что недавно он устроил негласный смотр подразделениям, на случай если новые закупщики захотят увидеть, как идут дела в компании. Явных нарушений и развала не было, но не было и радующей душу топ-менеджера картины порядка и энтузиазма персонала.

Пропала не только суета в офисе, но и ассортимент их фирмы в магазине рядом с домом. Зайдя туда однажды с супругой, Зефиров увидел, как в глубине зала суетиться прыткий молодой человек. Юноша тряс перед лицом менеджера прайс-листами, на которых ревнивый глаз нашего героя отметил логотип другой фирмы. Во внутренний офис магазина агента не пускали, но он всем своим видом демонстрировал, что готов брать этот бастион штурмом. Молодость победила, судя по тому, что уже через неделю мадам Зефирова принесла домой коробку с ванильной пастилой конкурента. "Но самое обидное, - переживал наш директор, кроша вражескую пастилку, - это не душевная черствость жены, а то, что соперник вообще не имеет дела с торговыми представителями!" Зефиров откровенно завидовал активности чужих кадров. Сокращение большого штата торговых представителей позволило бы пойти на уступки сетям.

- Андрей, ты думаешь, что дело только в логистике? – коммерческий очнулся от неприятных мыслей и грозно посмотрел на начальника отдела прямых продаж. – А то, что у тебя сейлзы работают как операторы на телефоне? Звонят по магазинам, собирают

заявки и в конце дня привозят их в офис. И худо-бедно получают свой процент с продаж. Думаешь, я этого не знаю?

- Ну что я в состоянии проконтролировать восемь представителей? – начал сдавать свои позиции Перцов. – Я же говорил о том, что нужны два супервайзера. Иначе дальше будет еще хуже. Ведь мы планируем взять еще трех торговых представителей на область.

- Хорошо, я уже говорил с генеральным о включении в штат двух супервайзеров, - тоном отца-командира похвалился коммерческий директор. – Он скрепя сердце одобрил эту инициативу и подписал приказ. Какой у нас процент покрытия территории в городе и области?

- Примерно...- задумался Андрей и после заминки ответил, - около 30% в городе и не больше 10% в области.

- Не густо, - помрачнел Сергей Петрович. – Почему так мало? Ведь часть конкурентов работают только через базу без торговых представителей.

- Нехватка персонала, проблемы с логистикой... Мало машин для выездов по области. Еще людей нужно учить, а вы... то есть мы, в фирме, решили экономить на обучении, - отмазался начальник отдела прямых продаж.

- Я вот еще о чем подумал: может, кроме попыток увеличить активную клиентскую базу, попробовать улучшить присутствие товара на полках? – после минутного молчания спросил Зефилов.

- Мы ведь уже пытались снимать товарные остатки в рознице и влиять на формирование заявки, но вышла полная профанация, - отреагировал на предложение шефа Андрей. – Торговые представители в лучшем случае вносили эту информацию в карточку клиента со слов продавцов, а обычно вообще заполняли ее в конце дня в офисе. Та же ситуация с заявками – товаровед берет наш прайс и диктует заказ торговому. Как можно влиять, когда в прайсе 1200 позиций? А уменьшить нереально – вы ведь сами знаете, что если оставить 200-300 наименований, то вряд ли розница будет с нами работать. Эксклюзивом не торгуем, небольшим магазинам проще закупить всю кондитерку у одного дистрибьютора, чем выковыривать "изюм из булок" у нескольких.

Сергей Петрович устало вздохнул. Кондитерка – это не алкоголь или сигареты, розница на ней много не зарабатывает. Но если сейчас ничего не изменить, то через несколько лет бизнес развалится. Выдавят с рынка розничные сети и производители.

- Да и без поддержки производителей мы вряд ли сможем перейти на узкий ассортимент, - продолжал Перцов. – Помните, как они отреагировали на предложение создать при нашей компании эксклюзивную команду торговых представителей?

Действительно, тот на днях встречался с кондитерами, чья продукция сейчас входит в прайс его фирмы. Те не проявили большого интереса, потому что зефировский регион считался второстепенным – всего лишь небольшой город с населением 350 тыс. человек и примерно столько же в области. Их начальник отдела заулыбался:

- Зачем нам вкладываться, чтобы в результате получить тот же объем продаж, какой будет при охвате пары районов в мегаполисе?

- Ладно, давай решим основной вопрос, ради которого я тебя пригласил, - сказал коммерческий директор. - Что необходимо сделать для выполнения плана продаж в следующем месяце?

Вопросы к кейсу:

1. Какие основные ошибки в управлении стратегическим маркетингом были, по вашему мнению, допущены руководством фирмы?

2. Что, по вашему мнению, необходимо изменить фирме в маркетинговой стратегии и управлении продажами в первую очередь?

3. Предложите программу маркетинговых действий, направленных на усиление конкурентной позиции фирмы и увеличение ее продаж?

Кейс 3 . «Опасные обратные связи»

Как вы думаете, чем может заниматься фирма под названием «Турнепс»? Ещё восемь лет назад над сельскохозяйственным брендом нового туристического агентства смеялись все конкуренты, а потребители только хмыкали, наталкиваясь на логотип с каким-то бешеным овощем в панаме, сандаликах и солнцезащитных очках. Но всего год ушёл на то, чтобы из скептически настроенной аудитории выделилась внушительная группа таких же бешеных и «фановых» путешественников, которых не устраивали семейные туры с проживанием в бургерских отелях на побережье. Состоятельная молодёжь потянулась к организованному отдыху на диких пляжах и в африканских песках с минимумом удобств и максимумом приключений в отрыве от цивилизации.

В общем, за восемь лет «Турнепс» получил самую что ни на есть потребительскую любовь и приличный годовой оборот. Теперь в маленьком особняке в центре Москвы трудились 240 сотрудников, обеспечивая некомфортный отдых и жуткие условия проживания куче клиентов, жаждавших чего-то новенького. Руководители агентства ни на секунду не верили, что обладают неимоверным конкурентным преимуществом, поэтому наняли целый штат «выдумщиков», которые обязаны были поддерживать лояльность и всячески развлекать клиентов, пока не начался сезон отпусков.

Одним из нововведений стал интернет-проект специально для путешественников "Турнепса", но постепенно сайт облюбовали и сторонние отдыхающие, популярность росла не только за счёт интересных рубрик и полезной информации, но и эксклюзивных материалов о каких-то богом забытых, а потому очень привлекательных, уголках планеты. Туристическая компания всю пользовалась ресурсом и не покладая рук пиарила себя и свои путёвки, в частности через специальный форум, где её сотрудники (правда, под псевдонимами) на полном серьёзе отвечали на вопросы пользователей о том, как пронести через таможенную маленькую черепашку и как выглядят грибы, которые лучше не давать маленьким детям. Такие «прогрессивные» взгляды агентства приводили аудиторию в полный восторг, выражавшийся в комментариях «Вау! Вы супер», «Наконец-то нашли честное турагентство», «Мыльников, айда с нами в сентябре в Афганистан!».

Егор Мыльников, президент по маркетингу «Турнепса», уже давно стал своим человеком на форуме: его слово - закон, с ним советовались, делились впечатлениями о поездках, спрашивали, где купить слоновий бивень и какая погода сейчас на острове Пасхи. Иногда руководителю компании приходилось отдуваться: кто-то жаловался на грубого оператора в колл-центре, кто-то - на устаревшие прайсы в проспекте, а кто-то на сорвавшийся отпуск. Но Мыльников так старался быть душкой со всеми, так рьяно умолял не злиться, что ему и «Турнепсу» всё прощали.

Владелец фирмы, Антон Севастопольев, давно говорил своему помощнику, чтобы тот не зарывался и прекратил эти «опасные связи» с общественностью, дескать, не заместитель по маркетингу, а скоморох какой-то, но Мыльников сразу с подчёркнутым подбострастием начинал рыться в портфеле, который всегда носил с собой, и подавал бумажку, где были сведены данные анкетирования клиентов. За последние полгода 48,5

процента покупателей узнали о «Турнепсе» через интернет. «А точнее через наш сайт, - повторял Егор. - Бренд у нас такой, аудитория такая, нам тут галстуки и интеллигентность ни к чему».

«Овощной» оператор получил постоянную прописку в целом списке престижных туристических рейтингов, его сотрудники постоянно давали комментарии прессе, участвовали в конкурсах бизнес-сообщества, мелькали в сюжетах телепрограмм. Все называли «Турнепс» модной и клиентоориентированной компанией, даже конкуренты нехотя признавали, что фирме удалось выйти на очень обеспеченную ЦА и сформировать крепкий бренд. Как говорили потребители: «С ними хоть на человеческом языке поговорить можно, вон, на сайт вышел, тебе сразу же ответят. А у других висешь на трубке по 15 минут, прежде чем до тебя снизойдёт телефонистка какая-нибудь».

Сам Мыльников проповедовал оригинальность во всём: если в подарок клиенты получали атласы мира, то непременно эксклюзивные (например с отметками, где зарыты несметные сокровища), если девичий сувенир, то обязательно кукла Буду с инструкцией по применению, если дорожная аптечка, то, естественно, с черепом и костями. Но тут к открытию нового маршрута директор по маркетингу заказал придумать действительно дорогие и практичные подарки: ноутбуки, скутеры, абонементы в фитнес-центр.

Условия акции были очень просты: если клиент оформляет путёвку на себя и четырёх своих друзей, то получает годичный абонемент в фитнес-клуб, если регистрируется шесть отдыхающих - то ноутбук, если семь - мотороллер. Первая группа планировалась в 40 человек, Мыльников просчитал, что призы обойдутся не так дорого (каждая позиция стоит примерно одинаково), на них будут претендовать в среднем четыре-пять групп. Так и вышло: люди охотно записывались, но чаще по двое, выходило, что карт на год занятий требовалось всего три и столько же ноутбуков. Остальные до дорогостоящих подарков недотягивали.

Но за неделю до отъезда группы один из старых клиентов «Турнепса», Брыкин, привел к своему менеджеру ещё одного «друга» и ласковым, но твёрдым тоном сообщил, что его приятель хочет влиться в коллектив из шести путешественников. Сотрудник фирмы не увидел в данном факте ничего криминального и оформил туриста как участника акции. Через несколько дней Мыльникову положили на стол документы, где значилось, что появилась группа из семи человек. То есть вместо одного из закупленных и оприходованных ноутбуков требовалось в срочном порядке найти мотороллер. Директор по маркетингу вызвал менеджера, ведущего заказ, и поинтересовался, почему практически на завершении акции тот изменил списки. Сотрудник растерянно пробормотал, что не разглядел никакого подвоха и что особых распоряжений на этот счет не было, а положение об акции не предусматривало ограничений по срокам подачи заявки.

- Оно-то, может, и не предусматривало, но голова-то у тебя на плечах есть?! - едко спросил Мыльников. - Ты понимаешь, что это просто произвол? Брыкин этот захотел скутер, нашёл какого-то подставного «друга», а мы ему предприимчивость оплачивай?

Тоже самое Мыльников услышал и от Севастополева. Только тот ещё добавил, что давно ждал чего-то подобного:

- Нянчился с ними, теперь получай. Развёл мне тут клиентократию, - кричал владелец компании. - Объясняйся с ними сам, как хочешь, а никакого мотороллера не будет. Из принципа!

После двух недель туристических скитаний группа возвратилась в Москву. Настал день торжественного вручения подарков, приуроченный к презентации нового маршрута

потенциальным покупателям и прессе. Когда очередь дошла до Брыкина, на импровизированной сцене в ресторанчике появилась тощая девица с ноутбуком. Улыбка призера моментально испарилась. Он сначала заявил, что это ошибка, но ведущий настаивал. В дело вмешался сам Мыльников:

- Всё правильно, друг мой. За шесть человек...

- Нет, семь! - возмутился Брыкин.

- Но седьмого вы привели слишком поздно...

В общем, получилась безобразная сцена. Клиент отказался от приза и покинул зал разобиженным, на ходу выкрикивая: «Обман, мне обещали мотороллер! Думаете, вам это так просто с рук сойдёт?» Мыльников безуспешно пытался сгладить конфуз, но пара заметок о «надувательстве» в прессе появилась - мелочь, конечно, но оказалось, что это только первые ласточки.

На сайте «Турнепса» мгновенно активизировалась «обратная связь». Прошло две недели, но тема, открытая Брыкиным на форуме, не собиралась затихать. Наоборот - к обсуждению примкнули конкуренты, подсчитывающие, что фирме ничего не стоит заменить приз, что раз и условиях акции не было пункта о одновременном записи группы участников, то можно и уступить. А тем более это странно для компании, которая на всех углах кричит о том, что мнение клиента всегда учитывается. Мыльникову отступить было некуда, он по заведённой им же самим традиции сначала спокойно отвечал всем недовольным, потом попытался закрыть тему, решив, что решение окончательное, и если по человечески, то охотник за призами не прав. Но никого уже не волновал подарок, И клиенты, и просто любопытствующие включились в многодневную перепалку, выведя спор на то, можно ли считать честной компанию, которая не идёт навстречу покупателю, при этом декларируя принцип обратной связи. ВЖЖ всерьёз обсуждался вопрос о создании антисайта «Турнепса», потребительские ТВ-программы делали сюжеты с пострадавшим Брыкиным, сгущая краски. В агентстве этот случай называли не иначе как мошенничеством, а Севастополь запретил своим сотрудникам, и в первую очередь Мыльникову, когда-либо выходить на прямую связь через сайт. Теперь там висел только общий e-mail компании, мол, лишите до востребования.

Конечно, массовая атака каверзных вопросов мало осложнила бизнес туроператора, но неприятностей не было бы вообще, если бы не ставка на такой прогрессивный инструмент, как обратная связь. Стоит ли использовать то, что в любой момент глохнет обернуться против своего создателя?

Вопросы к кейсу:

1. В чем вы видите основные ошибки в организации «обратной связи» с клиентами в данной фирме?
2. Как, по вашему мнению, должен был повести себя менеджмент компании в возникшей ситуации с распределением подарков для клиентов?
3. Что необходимо изменить фирме в системе работы с клиентами с целью повышения их лояльности к фирме?
4. Какую коммуникационную стратегию вы бы предложили компании работающей на рынке туристических услуг? Опишите ее суть, предложите медиа-план и программу мероприятий по ее реализации.

Критерии и шкала оценивания компетенций по результатам решения кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – изложение материала логично, грамотно, без ошибок; – свободное владение профессиональной терминологией; – умение высказывать и обосновать свои суждения; – студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; – студент организует связь теории с практикой.
Оценка «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; – ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка «Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; – обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка «Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; – в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

6.3.4 Темы и порядок выполнения курсовой работы

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

В соответствии с учебным планом по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» предусмотрено выполнение курсовой работы по дисциплине. Выполнение курсовой работы является составной частью самостоятельного освоения учебного плана, способствует формированию практических навыков сбора, обработки и систематизации

информации, проведения стратегического и ситуационного анализа рынка и разработки маркетинговой стратегии и программы маркетинга .

Цель курсовой работы – углубление и закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе изучения курса «Стратегический маркетинг».

Задачами выполнения курсовой работы являются проверка усвоения студентами учебного материала, закрепление практических навыков выполнения стратегического и ситуационного анализа целевых рынков и разработки маркетинговой программы действий, в том числе:

- овладение методикой проведения исследования рыночного потенциала , обобщения и логического изложения материала;
- умение работать с открытыми источниками информации (интернет-источниками, статистическими данными)), а также со специальными литературными источниками, закрепление навыков самостоятельной работы;
- умение проводить анализ факторов микросреды и макросреды, конкурентный анализ рынка и оценку позиции компании на нем;
- умение сегментировать рынок и разработать стратегию позиционирования для целевых потребителей;
- умение разработать и обосновать выбор товарной политики, ценовой политики, сбытовой политики и коммуникативной политики, стратегии управления брендом;
- умение обосновывать и предложить стратегию роста и выбор конкурентной стратегии на целевом рынке;
- разрабатывать программу действий, направленную на выведение и продвижение продукта и компании в глобальной среде.
- Общие требования к курсовой работе:
 - целевая направленность;
 - четкость построения и логическая последовательность изложения материалов;
 - убедительность аргументации;
 - краткость и точность формулировок;
 - конкретика в изложении материалов работы, наличие иллюстративного материала;
 - доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;
 - правильное оформление и качественная презентация результатов курсовой работы.

Объем курсовой работы должен составлять, как правило, 25-30 листов. Курсовая работа требует глубокого и творческого изучения студентами избранной темы, что предполагает проведение большого объема самостоятельной работы не только с учебно-научной литературой, но и с информацией о проблемах, решаемых в рамках курсовой работы, получаемой из глобальной интернет-среды. Особенно важно использовать данные, приводимые в научных изданиях, экономических обзорах, специализированных сайтах и журналах. При этом в курсовой работе по ходу изложения необходимо делать ссылки на источник, из которого заимствованы данные.

Выбор темы и объекта исследования курсовой работы осуществляется студентами по согласованию с преподавателем, ведущим курс лекций по дисциплине. Студентам может быть предложена групповая форма выполнения курсовой работы (в составе 3-4 чел.), согласованная с преподавателем..

Для согласования выбранной темы и объекта исследования на имя преподавателя пишется заявление с названием темы и примерным планом работы, на котором ставится виза преподавателя. Во всех случаях тема курсовой работы должна быть актуальной, достаточно конкретной и иметь прикладное значение, иметь практическую часть, выполненную по материалам конкретного объекта исследования, согласованного с преподавателем.

Законченная курсовая работа к установленному руководителем сроку должна быть представлена на кафедру для проверки. Работы, выполненные на низком уровне и не соответствующие указанным требованиям, возвращаются студенту с письменным заключением руководителя на доработку и исправление.

Причинами не допуска курсовой работы к защите может являться следующее:

- курсовая работа не носит самостоятельного характера, материал полностью заимствован из опубликованных источников или у других авторов;
- рекомендуемая структура не соблюдена и основные вопросы исследуемой темы не раскрыты, изложены поверхностно или схематично (фрагментарно);
- в тексте содержатся ошибочные положения;
- научный аппарат оформлен неграмотно или отсутствует;
- не соблюдены требования по уровню заимствований при проверке материала курсовой работы в системе Антиплагиат (степень оригинальности должна составлять не менее 60%.);
- работа выполнена небрежно.

Работы, выполненные на должном уровне, допускаются к публичной защите, которая организуется до начала экзаменационной сессии. Защита курсовой работы проводится публично в течение 5-10 минут на занятиях или студенческой конференции.

Курсовая работа состоит из следующих разделов:

- титульный лист
- содержание
- введение
- основная часть
- заключение
- список использованной литературы
- приложения

Основная часть курсовой работы содержит три главы. Первая глава является теоретической, вторая – аналитической, третья – практической. Если работа носит сугубо научный характер, допускается две главы. Все главы должны быть между собой логически связаны.

Первая глава курсовой работы является теоретическим исследованием проблемы и выполняется на основе анализа и обобщения информации из научной и специальной отечественной и зарубежной литературы, законодательных, нормативных, статистических и других материалов. В этой главе дается определение основных понятий, рассматриваются концепции и история их развития, анализируются факторы, влияющие на предмет исследования. Основное внимание в данном разделе должно быть уделено критическому анализу различных подходов, теорий, концепций, точек зрения по предмету исследования и обоснованной аргументации собственной позиции на решение проблемы. Теоретические положения, сформулированные в этой главе, должны стать исходной

научной базой для выполнения последующих разделов курсовой работы.

Примерный объём первой главы не более 8 - 10 страниц.

Вторая глава носит аналитический характер. Необходимо провести стратегический и ситуационный анализ рынка и оценить его потенциал и привлекательность. В процессе стратегического анализа необходимо провести анализ факторов макросреды, выделив наиболее значимые из них, и определить возможности и риски реализации предложений автора. Анализ конкурентоспособности должен проводиться по модели пяти конкурентных сил М. Портера, «радар» конкурентоспособности и других методов. Оценка факторов внутренней среды позволяет вывить сильные и слабые стороны предложений автора. Результаты стратегического анализа должны быть сведены и оформлены в матрицу SWOT- анализа.

Необходимо также провести ситуационный анализ возможных целевых рынков и целевых групп потенциальных и реальных потребителей продукта, описав их емкость, динамику, основные тренды в поведении покупателей и основных игроков рынка.

От полноты и качества выполнения анализа зависит обоснованность выводов и дальнейший характер предложений и рекомендаций, которые студенту необходимо изложить в 3-ей главе курсовой работы.

Общий объём второй главы примерно 10-12 страниц по выполняемым аналитическим Заданиям к данному курсу.

В третьей главе студент должен разработать предложения по разработке стратегии и программы маркетинга на целевых рынках. Она должна следующие основные моменты включать :

- обоснование стратегии сегментирования и выбора целевых рынков потребителей продуктов или услуг;
- разработка стратегии конкурентного позиционирования;
- обоснование товарной стратегии и марочной политики ;
- разработка предложений по обоснованию ценовой политики;
- разработка предложений по управлению брендом;
- программа действий по укреплению конкурентной позиции на целевом рынке;
- программа действий по реализации коммуникативной политики;
- разработка предложений по выбору каналов продаж;
- Оценка эффективности плана и программы маркетинговых действий предлагаемых в курсовой работе .

Необходимо использовать основные инструменты и методы , изучаемые в ходе данной дисциплины. В качестве основных методов и инструментов применяются стратегические матрицы И. Ансоффа, М. Портера, DE/ McKinsey, BCG, модели « Колесо бренда», «Пирамида ценностей бренда», « Пирамида маркетинговых стратегий» и другие.

Предложения и рекомендации должны носить конкретный характер (что, где и когда надо сделать, кто должен реализовать предложенные мероприятия, какие выгоды будут получены). Предложенные мероприятия должны быть аргументированы, логически взаимосвязаны с выводами первой и второй глав. Общий объём главы не более 5-8 страниц.

В заключении последовательно и кратко излагаются выводы и предложения, которые вытекают из содержания курсовой работы и носят обобщающий характер. Из заключения должно быть ясно, что цель и задачи курсовой работы полностью выполнены.

Объем заключения – 1,-2 страницы.

Список использованной литературы оформляется в соответствии с общепринятыми стандартами. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке курсовой работы и на которые имеются ссылки в основной части работы. Литературные источники включают монографии, периодические издания, нормативные материалы, учебники и учебные пособия.

Приложения содержат вспомогательный материал, поясняющий отдельные положения курсовой работы (методики проведения стратегического анализа и разработки стратегии, таблицы, фрагменты нормативных документов и т.п.). Указанный материал включается в приложения с целью сокращения объема основной части курсовой работы, его страницы не входят в общий объем работы.

Необходимо также подготовить презентацию по выполненной курсовой работе примерно на 5 минут .

Если курсовая работа , выполняется группой студентов, необходимо указать, распределение обязанностей и написать какие разделы выполнялись конкретными членами группы.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

№ п/п	Наименование темы
1.	Новая роль маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций и продвижения продукции в глобальной среде.
2.	Как попасть в «окно возможностей» своего рынка. Методы стратегического анализа рынка.
3.	Анализ маркетинговой среды и оценка конкурентной позиции компании на целевом рынке.
4.	Модели и методы исследования поведения покупателей в глобальной среде
5.	Оценка конкурентоспособности разрабатываемого и выводимого на рынок продукта (на конкретном примере)
6.	Методы исследования поведения потребителей на рынках различного типа: B2C , B2B и B2G.
7.	Использование метода SWOT- анализа в выборе и обосновании конкурентной стратегии компании
8.	Методы оценки конкурентоспособности продукта в производственной компании
9.	Инновационное предпринимательство, его особенности на современном этапе
10.	Методы исследования рынка инновационного проекта (на примере)
11.	Разработка стратегии, ориентированной на рынок: анализ потребностей методом сегментирования рынка (на примере)
12.	Стратегическое позиционирование бренда продукта/услуги
13.	Использование гнездового метод сегментирования рынка и поиска потенциальных потребителей на рынке B2B

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>
14.	Особенности российского маркетинга на современном этапе развития российского рынка , учет этих особенностей при разработке и реализации Start-up проектов
15.	Построение матрицы « Продукт/рынок» как результат сегментации рынка.
16.	Стратегическое позиционирование бренда компании на целевом рынке
17.	Выбор и обоснование стратегии роста компании (на примере выведения на рынок нового продукта или выхода на новый рынок)
18.	Разработка и предложение модели продаж для Start-up проектов
19.	Бенчмаркинг как технология поиска идей новых продуктов
20.	Маркетинг проекта : от обоснования идеи до вывода продукта на рынок
21.	Использование модели конкурентных стратегий М. Портера при разработке маркетинговой стратегии (на примере)
22.	Обоснование и выбор товарной стратегии компании
23.	Обоснование и выбор ценовой стратегии компании
24.	Обоснование и выбор конкурентной стратегии на целевом рынке
25.	Стратегия голубого океана. Практика ее применения (на конкретном примере)
26.	Восприятие новинок потенциальными клиентами: результаты исследования (на примере)
27.	Выбор и обоснование стратегии позиционирования нового продукта компании
28.	Методы разработки инновационных продуктов и выведения их на рынок
29.	Разработка коммуникативной стратегии продвижения компании в глобальной интернет-среде. (на примере)
30.	Выбор использования стратегии «Pull» и «Push» в каналах распределения
31.	Электронные продажи как основной канал продаж в глобальной рыночной среде
32.	Креативные рекламные стратегии, их использование при продвижении компании
33.	Применение методов макросегментации и микросегментации рынка в управлении компанией
34.	Оценка потенциала рынка путем построения Карты рынка
35.	Методика проведения ситуационного анализа рынка: основные этапы, механизмы и показатели оценки привлекательности целевого рынка
36.	Исследование влияния волативности рынка на стратегическую адаптивность и маневренность
37.	Маркетинг стартапа . Почему так популярны и чем опасны стартапы.
38.	Путь к сердцу клиента через получение и обработку данных: бизнес-аналитика системы клиентских ценностей..
39.	Интернет-маркетинг. Методы и области его применения .

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>
40.	Пирамида ценностей потребителя. Использование ее в маркетинговом управлении.

Подробные указания по выполнению курсовой работы изложены в « Методических указаниях к выполнению курсовой работы по дисциплине « Стратегический маркетинг»

(составитель к.э.н., доцент Кубина Н.Е.).

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации курсовой работы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания курсовой работы

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании курсовой работы

Критерии	Показатели
Новизна текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме курсовой работы; - соответствие содержания теме и плану работы; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему работы; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;

Критерии	Показатели
	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале: **«Зачтено»** или **«Незачтено»**.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Вопросы к зачету:

1. Роль, место и значение стратегического маркетинга в общей системе управления организацией.
2. Цели и задачи стратегического маркетинга в организации
3. Подходы к определению «стратегический маркетинг».
4. Взаимосвязь стратегического маркетинга с видением, миссией и корпоративной стратегией организации.
5. Взаимосвязь стратегического маркетинга с финансовой стратегией организации.
6. Сущность, виды и уровни разработки маркетинговой стратегии
7. Критерии классификации маркетинговых стратегий.
8. Функциональные и инструментальные стратегии маркетинга
9. Понятие «клиентоориентированного маркетинга» в стратегическом маркетинге
10. Понятие инвестиций в маркетинг.
11. Стратегический и операционный маркетинг: цели, задачи, функции.
12. Процессный подход к организации маркетинговой деятельности.
13. Роль и место маркетинга в системе управления на основе BSC.
14. Инвестиции в маркетинг, способы оценки их эффективности.
15. Особенности стратегического маркетинга на современном этапе развития российского рынка и бизнеса.

16. Новая роль маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций.
17. Методы исследования поведения потребителей, используемые при разработке маркетинговой стратегии.
18. Составление портрета целевого покупателя и клиента.
19. Модель принятия решения о покупке на: потребительском рынке (B2C) и рынке организаций (B2B и B2G) .
20. Цепочка результативности маркетинга.
21. Методы исследования поведения потребителей, используемые при разработке маркетинговой стратегии.
22. Основные тенденции развития потребительского спроса. Методы анализа и измерения потребительского спроса и емкости рынка.
23. Особенности процесса принятия решений о покупке потребителем на потребительский рынок (B2C) и рынке организаций (B2B и B2G).
24. Методы исследования поведения потребителей на рынке. Типы покупательского поведения.
25. Управление клиентской базой и отношениями с клиентами.
26. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии.
27. Стратегический анализ и оценка факторов влияния внешней среды.
28. Стратегический анализ и оценка факторов влияния внутренней среды.
29. Особенности поведения покупателей и принятия решения о покупке на рынках различного типа.
30. Методы исследования и выявления основных трендов в поведении покупателей.
31. Оценка рыночного потенциала на основе сегментирования рынка.
32. Стратегии сегментирования рынка.
33. Показатели оценки привлекательности целевых сегментов рынка.
34. Стратегии и способы позиционирования.
35. Механизмы формирования конкурентного преимущества.
36. Операционное и стратегическое преимущество.
37. Многоуровневое сегментирование.
38. Микросегментация рынка.
39. Макросегментация рынка.
40. Стратегическое позиционирование бренда: пирамида ценностей бренда.
41. Сущность и принципы построения матрицы Р/М (« Продукт/ рынок»).
42. Методы и модели оценки конкурентной позиции организации на целевом рынке. Методы и модели оценки конкурентной позиции организации на целевых сегментах рынка.
43. Маркетинговая стратегия на корпоративном уровне (портфельные стратегии).
44. Виды и типы конкурентных стратегий.
45. Бенмаркинг как концепция повышения конкурентоспособности.
46. Методология выбора стратегии развития компании.
47. Сущность и механизмы реализации стратегии проникновения на рынок.
48. Сущность и механизмы реализации стратегии развития продукта.
49. Сущность и механизмы реализации стратегии развития рынка.
50. Сущность и механизмы реализации стратегии диверсификации.
51. Функциональные и инструментальные стратегии маркетинга.
52. Стратегические подходы к формированию товарной политики.
53. Стратегические подходы к формированию ценовой политики.
54. Стратегические подходы к формированию сбытовой политики.
55. Стратегические подходы к формированию коммуникативной политики.
56. Методы экспертной оценки конкурентоспособности организации.
57. Использование методологии SWOT – анализа в конкурентном анализе.
58. Факторы формирования долгосрочного конкурентного преимущества.

59. Модель DE \ McKinsey и матрица БКГ при разработке и выборе портфельных стратегий.
60. Маркетинговые аспекты применения матрицы стратегий роста И. Ансоффа при выборе стратегии развития организации.
61. Маркетинговые аспекты использования матрицы конкурентных преимуществ М. Портера при определении базовых конкурентных стратегий.
62. Наступательные и оборонительные конкурентные маркетинговые стратегии.
63. Стратегия концентрированного роста организации.
64. Стратегия интегрированного роста.
65. Стратегия диверсифицированного роста.
66. Эталонные стратегии роста.
67. Модель «Лестница роста».
68. Опишите матрицу конкурентных преимуществ М. Портера и базовые стратегии конкуренции.
69. Стратегия «Голубого океана» Ч.Ким и Р.Моборн.
70. Стратегические решения по обновлению товарного ассортимента и выведение новых товаров на рынок.
71. Инновационные продукты и услуги: поиск идей и механизмы их реализации в товарное предложение компании.
72. Стратегии оптимизации товарного ассортимента
73. Марочные стратегии.
74. Стратегии жизненного цикла товара.
75. Стратегия оптимизации товарного портфеля?
76. Суть метода ABC- анализа товарного портфеля, его достоинства и недостатки.
77. Суть метода XYZ – анализа при исследовании товарного портфеля?
78. Процесс поиска идей инновационных товаров и механизмы их реализации в товарное предложение компании.
79. Процесс выведения нового товара на целевой рынок.
80. Стратегии соотношения цены и качества товара.
81. Стратегия нейтрального ценообразования.
82. Стратегия ценового прорыва.
83. Стратегия снятия сливок.
84. Методы оценки эффективности принятых ценовых решений.
85. Выбор стратегии охвата рынка.
86. Критерии выбора оптимального канала распределения.
87. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций.
88. Стратегии продвижения на основе малобюджетного маркетинга.
89. Выбор концепции и стратегии продвижения в event- маркетинге.
90. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности.
91. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.
92. Программа маркетинговых действий по реализации маркетинговой стратегии.
93. Основные разделы маркетингового плана.
94. Бюджет маркетинга как раздел плана маркетинга.
95. Способы планирования маркетингового бюджета.
96. Система показателей оценки эффективности маркетинговой деятельности организации на рынке.
97. Процедуры и методы контроля выполнения стратегического плана маркетинга.
98. Содержание и порядок проведения внутреннего аудита маркетинговой деятельности.
99. Организация и проведение внешнего аудита маркетинговой деятельности в компании.
100. Показатели оценки эффективности службы маркетинга.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«Зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

В случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«Не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой стобалльную оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, тестов, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и решения кейсов.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса. Тесты оцениваются по стобалльной системе.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по стобалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов. При этом 80-100 баллов соответствуют наиболее полному и правильному структурированному ответу, 65-79 - ответ в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, 51-64 - ответ соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности, менее 50 баллов – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны.

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено», «незачтено» . Оценка «зачтено» ставится при рейтинге выше 55 баллов, оценка «незачтено но» - при рейтинге менее 55 баллов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

339.138(075.8)

М 266

Маркетинг: учеб. для бакалавров и специалистов вузов / С. Г. Божук [и др.]. М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012, 448с. ISBN: 978545901089-3. Номер доступа: bfu.9785459010893

339.138:004.738.5(075.8)

И 733

Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие/ [О. А. Кожушко [и др.]; М-во образования и науки РФ, Новосиб. нац. исслед. гос. ун-т, Компания INTELSIB. Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. 313 с., ISBN:978544370445-6. Номер доступа: bfu.9785443704456

7.2. Дополнительная учебная литература

Н. Андрейчикова

Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: учеб. для вузов/ А. В. Андрейчиков, О. М.: Вуз. учеб. М.: ИНФРА-М, 2013, 394с, ISBN: 978595580225-1. 978516005031-7
Номер доступа: bfu.9785955802251

Семенов И.В.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И СИСТЕМА СОЗДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ. Государственный университет управления. 2017. ISSN:1816-4277. Доступ к URL:<http://elibrary.ru/item.asp?id=28826915> .Номер доступа: edselr.28826915

Нинштиль, Е. Ю.

Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск : НГТУ, 2018. - 1 on-line, 119 с. - URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/118539/#1> (дата обращения 26.01.2021) . - Режим доступа: по подписке. - Лицензия до 25.12.2021. - ISBN 975-5-7782-3505-2 : Б. ц. - Текст : электронный

339

У 677

Управление маркетингом: учеб. пособие для вузов/ под ред. И. М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: Вуз. учеб., 2009. - 414, [2] с.: ил., граф., табл.. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 411-413 (50 назв.) и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-9558-0112-4: 201.52, 201.52, р.

Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments:
всего /all 17: УБ(16), ч.з.N5(1)

7.3. Для самостоятельного изучения

1. Маркетинг гостиничного предприятия : методические рекомендации / Сочин. гос. ун-т ; сост. Л. М. Романова. - Сочи : СГУ, 2019. - 1 on-line, 132 с. - URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/147784/#1> (дата обращения 27.01.2021) . - Режим доступа: по подписке. - Лицензия до 25.12.2021. - Б. ц. - Текст : электронный.
2. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: [пер.с англ.]/ Ламбен Ж.-Ж. ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова] М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2006. 796 с.ISBN: 5272001362. Номер доступа: bfu.5272001362
3. Кузнецова Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавриата и магистратуры / Е. В. Кузнецова, 2019. - 1 on-line, 244 с.
4. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 1, 2018. - 1 on-line, 257 с.
5. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 2, 2018. - 1 on-line, 275 с.
6. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / [О. Н. Романенкова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Романенковой, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 456 с.
7. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление/ Дэвид Аакер ; [пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. - 7-е изд.. - М.: Питер, 2011. - 495 с.: ил, табл.. - (Теория менеджмента). - Библиогр. в примеч. в конце гл.. - ISBN 978-5-459-00581-3. - ISBN 0-471-48425-1 (Имеются экземпляры в отделах: *НА(1)*)
8. Березин И. С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение/ И. С. Березин. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.; СПб.: Вершина, 2007. - 478 с., [2]: рис., табл.. - ISBN 978-5-9626-0335-3 (Имеются экземпляры в отделах: *ч.з.N5(1)*)
9. Блэкуэлл Р. Д. Поведение потребителей/ Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард, Д. Ф. Энджел. - 9-е изд. междунар.. - М.: Питер, 2002. - 621 с. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 5-94723-267-7 (Имеются экземпляры в отделах: *всего 2: ч.з.N5(1), НА(1)*)
10. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372
11. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: пер. с англ. : учеб. для вузов/ Джон Иган. - 2-е изд.. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 375 с. - (Зарубежный учебник). - Библиогр.: с. 362-363. - ISBN 978-5-238-01321-3 (Имеются экземпляры в отделах: *всего 20: УБ(18), ч.з.N5(1), НА(1)*)
12. Илышев А. М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России/ А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. - М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. - 478, [2] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 461-472 (172 назв.). - ISBN 978-5-279-03427-7 . - ISBN 978-5-16-003909-1 (Имеются экземпляры в отделах: *ч.з.N5(1)*)
13. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.

14. Ким В. Ч. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков/ В. Чан Ким, Рене Моборн ; пер. с англ. И. Ющенко. - 4-е изд. - Москва: Манн Иванов и Фербер, 2014. - 289 с. - Вариант загл.: Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. - ISBN 978-5-91657-906-2 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
15. Количественные методы анализа в маркетинге. Case Study/ под ред.: Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2005. - 384 с.: ил. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.: с. 381-384. - К 100-летию Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова. - ISBN 5-469-00622-0 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
16. Котлер Ф. Маркетинг - менеджмент: [учеб. для вузов] : [пер. с англ.]/ Ф. Котлер, К. Л. Келлер; Рос. ассоц. маркетинга. - 12-е изд. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2006. - 814,[2] с.: ил. - (Классический зарубежный учебник). - (Библиотека Российской Ассоциации Маркетинга). - Парал. тит. л. рус., англ.. - Библиогр.: с.794-799. - ISBN 5-469-00989-0. - ISBN 0-13-145757-8 (*Имеются экземпляры в отделах: всего 2: НА(1), ч.з.N5(1)*)
17. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: учебник / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. И. И. Малковой; под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2008. - 718, [2] с.: ил., табл.. - (Классика MBA). - Библиогр.: с. 701-718 (574 назв.). - ISBN 978-5-91180-294-3. - ISBN 978-1-4039-9853-8 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
18. Латышова Л. С. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учеб. пособие [для вузов]/ Л. С. Латышова, Е. К. Пантелеева. - М.: Экономистъ, 2007. - 170, [6] с.: ил., табл., цв.ил., фото.цв.. - (Номо Faber). - Библиогр. в конце разд. и в подстроч. примеч.. - ISBN 5-98118-188-5 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
19. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы/ О. Лидовская. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2008. - 139, [1] с.: ил., табл.. - (Готовые маркетинговые решения). - Библиогр.: с. 140 (7 назв.). - ISBN 978-5-91180-967-6 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
20. Манн И. Маркетинг на 100%. Как стать хорошим менеджером по маркетингу/ Игорь Манн. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2005. - 238 с. - (Деловой бестселлер). - ISBN 5-272-00327-6 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
21. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учеб. [для вузов]/ И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд.. - М.: Дашков и К°, 2010. - 266, [1] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 265-266. - ISBN 978-5-394-00819-1 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
22. Маркетинг. Кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ: [сборник]/ С.-Петербург. гос. ун-т., Высш. шк. менеджмента; [под ред. И. В. Гладких]. - 2-е изд.. - СПб.: Высш. шк. менеджмента, 2010. - 339 с.: ил., табл.. - Библиогр. в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-9924-0041-0 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
23. Маркетинг: учеб. для бакалавров/ [И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсиц. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 572 с.: ил, цв.ил.. - (Лучшая в России программа обучения маркетингу). - Библиогр.: с. 563-570. - Библиогр. электр. ресурсов. - с. 570-572. - ISBN 978-5-9704-2112-3 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
24. Маркетинговая стратегия. Курс MBA: пер. с англ./ О. Уолкер-младший [и др.]. - М.: Вершина, 2006. - 492,[4] с.: ил., табл.. - Парал. тит. л. рус.,англ.. - ISBN 5-9626-0106-8. - ISBN 0-256-26118-0 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
25. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга: учеб. для магистров : для вузов/ О. К. Ойнер; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - М.: Юрайт, 2012. - 343 с.: ил. - (Учебники НИУ ВШЭ). - (Учебник лучшей программы по маркетингу в России). - (Магистр). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-1523-5 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)

26. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов: [пер. с англ.]/ Майкл Е. Портер. - 2-е изд.. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 453,[3] с. - Парал. тит. л. рус., англ.. - Библиогр.: с.449-452 . - ISBN 5-9614-0274-6. - ISBN 0-684-84148-7 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
27. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ./ Майк Е. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 715,[5] с. - Парал. тит. л. рус., англ.. - Библиогр.: с. 713-714. - ISBN 5-9614-0182-0. - ISBN 0-684-84146-0 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
28. Райс Э. Маркетинговые войны/ Э.Райс,Дж.Траут;Пер.с англ.. - СПб.: Питер, 2002. - 255 с.: ил.. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 5-272-00100-1 (*Имеются экземпляры в отделах: всего 2: НА(1), ч.з.N5(1)*)
29. Синяева И. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, 2019. - 1 on-line, 495с.
30. Стратегический менеджмент: для бакалавров : учеб. для вузов/ под ред. А. Н. Петрова. - 3-е изд.. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 398 с.: ил., табл.. - (Учебник для вузов). - (Стандарт третьего поколения). - Библиогр.: с. 388-398 (307 назв.). - ISBN 978-5-459-00377-2 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
31. Траут Д. Позиционирование: битва за умы/ Джек Траут, Эл Райс; [пер. с англ.]. - 20-е, юбилейн. изд.. - СПб.; М.; Нижний Новгород: Питер, 2007. - 327, [8] л. с.: ил.. - (Деловой бестселлер). - ISBN 978-5-469-01636-6 . - ISBN 0-07-135916-8 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
32. Трофимова Л. А. Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)
33. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации [Текст] : Учебник для студ.вузов,обуч.по эконом.спец. / А. А. Томпсон, I. А. Стрикленд, 2000 2001. - 576 с.
34. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент/ Р. А. Фатхутдинов. - М.: Маркетинг, 2002. - 886 с. - Библиогр.:с.883-886. - ISBN 5-94462-137-0 (*Имеются экземпляры в отделах: НА(1)*)
35. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе/ К. Фляйшер, Б. Бенсуссан ; пер. с англ. Д. П. Коньковой ; под общ. ред. И. М. Степанова и Ю. А. Ковальчук. - М.: БИНОМ, 2005. - 541 с., [3]: рис.. - Библиогр. в конце глав. - Предм. указ.: с. 532-541. - ISBN 5-94774-220-9. - ISBN 0-13-088852-4 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
36. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2019. - 1 on-line, 437 с.
37. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В. А. Шаповалов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 345 с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 337-340 (41 назв.). - ISBN 978-5-222-13469-6 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)
38. Шкардун В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования. Теория, методология, практика: [монография]/ В. Д. Шкардун; Акад. нар. хоз-ва при правительстве РФ. - М.: Дело, 2005. - 376 с.: табл.. - Библиогр.: с. 355-359. - ISBN 5-7749-0408-3 (*Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1)*)

7.3. Нормативные документы

1. Федеральный закон РФ «О рекламе». Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», редакция от 30 октября 2018 года, с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.01.2019г.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации (СМИ)» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018, с изм. от 17.01.2019) .

3. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (Действующая редакция от 29.07.2018 года, с изменениями и дополнениями)
4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" с изменениями, вступившими в силу с 08.01.2019 года (ред. 43). Действующая редакция. Последние изменения в закон № 135-ФЗ "О защите конкуренции", внесенные Федеральным законом от 27.12.2018 N 572-ФЗ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/> (Договоры с ООО «Электронное Издательство № [] от [] г. Срок действия: []).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных (практических) заданий

Групповая работа по решению ситуационных заданий в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального

«руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределяет ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);
- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;,
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
 - составьте список того, что вам предстоит сделать;
 - расположите дела в порядке очередности их выполнения;
 - составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлните их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимоувязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.
6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;

- свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.

8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
 - 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
 - 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
 - 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия;
 - 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.
- На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
 - Рамки, границы, заливку;
 - Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтунина
« 03 »  2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурыжова
« 03 »  2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Тайм-менеджмент»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ»	4
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	7
4.2. Тематика практических занятий	7
4.3. Тематика самостоятельных работ	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	13
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	15
6.3.1 Тестовые задания	15
6.3.2 Задания	23
6.3.3 Промежуточный контроль по дисциплине	28
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	31
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	31
7.1. Основная учебная литература	31
7.2. Дополнительная учебная литература	31
7.3. Для самостоятельной работы	32
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	32
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	37
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	38

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	39
--	----

Наименование дисциплины (модуля)**«ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотношенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»**

Целью освоения дисциплины «Тайм-менеджмент» является формирование представления об управлении собой во времени, особенностях использования инструментов Тайм-менеджмента; приобретение теоретических знаний и практических навыков в управлении собой во времени.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - помехи (воры) времени по Л.Зайверту; - системы управления временем; - историю тайм-менеджмента; - закон времени; - хронометраж как инструмент анализа; - формулу полезной работы Л.Зайверта; - показатели качества организации труда по Л.Зайверту; - проектную систему постановки целей Г.Архангельского; - ситуационный анализ Л.Зайверта; - признаки календарного планирования; - пропорции планирования времени; - систему планирования времени по Г.Архангельскому; - систему ежедневного планирования «Альпы»; - хронометраж как инструмент тайм-менеджмента; - алгоритм инвентаризации и анализа времени; - основные методы инвентаризации личного и организационного времени (поточная карта, поточная диаграмма, карта совместных операций, сетевой анализ, органайзер); - методы качественного анализа времени; - категории временных затрат; - главные информационные результаты инвентаризации и анализа времени; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять и формулировать помехи (воры) времени; - применять алгоритм инвентаризации и анализа времени; 	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
<p>- осуществлять качественный анализ времени;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа личной эффективности; - основными методами инвентаризации личной и организационного времени; - навыками использования методов качественного анализа времени; - навыками контроля в тайм-менеджменте - навыками делегирования; - персональной системой управления временем; - навыками работы с деловой документацией, письмами, отчетами и т. п., а так же использованию технических средств в организации личной эффективности; 		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Тайм-менеджмент» представляет собой дисциплину вариативной части профессионального цикла (Б3.В.10) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6		Тайм-менеджмент	Модуль личностно-ориентированного совершенствования
УК-6			Модуль педагогический
УК-6			Модуль предпринимательский
УК-6			Модуль информационно-технологический
УК-6			Модуль коммуникационный
УК-6			Модуль личностно-ориентированного совершенствования
УК-6			Модуль педагогический
УК-6			Модуль предпринимательский
УК-6			Модуль информационно-технологический

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-6			Модуль коммуникационный

Дисциплина изучается: на 2 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	16
Лабораторные	-
Практические	24
Контролируемая самостоятельная работа	10
Часов аудиторных занятий, всего	50,25
Самостоятельная работа	57,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель.	24	4	3	8	8	1		
Тема 2. Инвентаризация и анализ времени.	34	4	7	8	11	4		
Тема 3. Целеполагание,	27	4	5	4	10	4		

планирование, исполнение.								
Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	22	4	5	4	8	1		
Итого	108	16	20	24	37	10	0,25	0,75
Контактная работа	50,25	16		24		10	0,25	
Самостоятельная работа	57,75		20		37			0,75
Промежуточная аттестация	зачет,							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Природа времени. Время как ресурс и цель.	История тайм-менеджмента. Виды времени. Атрибуты времени. Свойства времени. Закон времени. Жизненный цикл организации. Жизненный цикл товара. Фонд времени организации. Система управления временем. Помехи (воры) времени по Л.Зайверту.
2.	Инвентаризация и анализ времени.	Хронометраж. Алгоритм инвентаризации и анализа времени. Психологические задачи начального этапа хронометража по Г.Архангельскому. Основные методы инвентаризации личного и организационного времени (поточная карта, поточная диаграмма, карта совместных операций, сетевой анализ, органайзер). Качественный анализ времени. Формула полезной работы Л.Зайверта. Качественный анализ времени С.Калинина. Категории временных затрат. Хронокарта Гастева. Показатели качества организации труда по Л.Зайверту. Категории временных затрат менеджера. Правила инвентаризации и анализа времени. Главные информационные результаты инвентаризации и анализа времени.
3.	Целеполагание, планирование, исполнение.	Цели организации и цели личности. Целеполагание и процесс достижения целей. Свойства цели. Smart-технология постановки целей Д.Доурдэна. Проектная система постановки целей Г.Архангельского. Ситуационный анализ Л.Зайверта. Проблемы при целеполагании. Критерии приоритетности цели. Принципы и правила планирования. Признаки календарного планирования. Как повысить эффективность оперативного плана. Пропорции планирования времени. Система планирования времени по Г.Архангельскому. Система ежедневного планирования «Альпы». Рекомендации по выполнению планов. Расстановка приоритетов в планировании времени.
4.	Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	Виды решений. Особенности стратегических решений. Особенности оперативных решений. Работа с отклонениями при достижении запланированных решений. Контроль в тайм-менеджменте (виды, примеры, методы).

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Природа времени. Время как ресурс и цель.	<p>Дискуссия по заданиям:</p> <p>1.1) Из чего складывается рабочий день а) родителей, б) Ваш ?</p> <p>1.2) Содержание деятельности за год по неделям а) % который помню б) достижения за эту неделю</p> <p>2) Помехи личного времени?</p> <p>«Пирог времени»</p> <p>Тест «Личная эффективность»</p> <p>Календарик «Пинарик»</p>
2	Инвентаризация и анализ времени.	<p>«Фотография» рабочего дня управленца</p> <p>Дискуссия по заданиям:</p> <p>1) Провести инвентаризацию личного времени любым из методов</p> <p>2) Одновременно с 1) – провести качественный анализ времени (Калинин или Гастев) с обобщением по критериям (возможно своим) и выводы + в %</p>
3	Целеполагание, планирование, исполнение.	<p>Тест «Жизненные ценности»</p> <p>Анализ ценностей и целей</p> <p>«Цели – задачи – средства»</p> <p>Ключевые аспекты целеполагания – конспектирование, обсуждение.</p> <p>Кратко оцените собственную систему целей по предложенным свойствам.</p> <p>Назовите 1—3 самые важные цели, актуальные для вас в настоящее время?</p> <p>Какие цели обычно вы ставите перед собой — легкие или трудные?</p> <p>Каких целей больше в вашей жизни — «своих» или «чужих»?</p> <p>Какого рода цели вы обычно ставите перед собой: цели стабильности, цели решения проблем, цели развития?</p> <p>Среди ваших целей преобладают актуальные или проекционные цели?</p> <p>Дискуссия: Какие из перечисленных рекомендаций по повышению эффективности планирования кажутся Вам наиболее важными, востребованными в вашей работе или повседневной жизни? Приходилось иметь дело с планами? Какими? Вы были исполнителем или планировщиком? Какими свойствами должен обладать план, чтобы быть удобным в исполнении (чтобы его вообще можно было выполнить)?</p>

4	Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	<p>Дискуссия - Томас Леонард – «28 принципов привлекательности»: Что уже используете? Что хотели бы использовать? С чем не согласны? Почему?</p> <p>Коммуникация «Максимум результатов при минимуме времени»</p> <p>Создайте стандарт докладной записки вышестоящему руководителю. Приведите пример.</p> <p>«ВРЕМЯ совещания».</p> <p>Дискуссия: Какие из предложенных правил «хорошего» рабочего дня показались Вам наиболее интересными и актуальными для вас? Имеются ли у вас собственные правила «хорошего» рабочего дня? Какие? Если у вас нет собственных правил «хорошего» рабочего дня (или они четко не сформулированы), составьте собственный список (из 8—12) таких правил.</p>
---	--	---

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1	Природа времени. Время как ресурс и цель.	<p>Задание 1. Из чего складывается рабочий день Ваш и кого-то из Ваших близких (семья, друзья, коллеги)? – дайте характеристику с выводами.</p> <p>Задание 2. Вспомните события в Вашей жизни за прошедший год по неделям и ответьте на вопросы: 1) какую часть удалось вспомнить (например в % от целого года)? 2) какие ключевые достижения были у Вас за год? 3) какую часть времени (например в % от целого года) занимали действия связанные с подготовкой и реализацией всего, что позволило прийти к ключевым достижениям?</p> <p>Задание 3. Выберите из предложенного Л. Зайвертом списка пять наиболее характерных помех, которые чаще всего встречаются в привычной для вас деятельности. 1) Насколько сильно эти помехи мешают достижению цели и замедляют вашу деятельность? 2) Пытались ли Вы с ними бороться? Каким образом, с каким результатом? Еще раз прочитайте список помех Л. Зайверта. 3) Предложите помехи, которые характерны именно для вашей деятельности, но которых нет в предложенном списке.</p>

2	Инвентаризация и анализ времени.	<p>Задание 4. Провести инвентаризацию личного времени любым из методов и ответить на вопросы: 1) Почему выбран данный метод фиксации? 2) Фиксировали действия во времени от события к событию или с установленной периодичностью (почему и какие в результате особенности в процессе фиксации)? 3) Впечатления от процесса хронометража</p> <p>Задание 5. Провести качественный анализ времени с обобщением по критериям (возможно - своим) и выводы по качественному анализу (в %).</p>
3	Целеполагание, планирование, исполнение.	<p>Задание 6. Какие свойства целей, являются наиболее важными, и их по Вашему мнению необходимо учитывать в первую очередь при целеполагании и почему? Кратко оцените собственную систему целей</p> <p>Задание 7. Целеполагание: анализ «цели — ценности» Сайман Моттрам - Опишите 1 день будущего (через 5 или 10 лет) SWOT анализ себя по критериям</p> <p>Задание 8. Заполнить таблицу «Цели – задачи – средства» Спланировать подготовку к сессии методом «Альпы»</p> <p>Задание 9. Распишите свой один день в матрице Эйзенхауэра.</p> <p>Задание 10. Спланируйте с помощью «Планирование через приоритеты» время до конца года (календарного, учебного). Задание выполните графически с краткими пояснениями. Рассчитайте необходимый ресурс времени.</p> <p>Задание 11. Сделать обзор статей (не менее 5) по Тайм-менеджменту, взятых с elibrary.ru или иных научно-практических источников. Тематика статей – «Коммуникации и их эффективность в тайм-менеджменте».</p>

4	Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	<p>Задание 12. Какие из предложенных правил «хорошего» рабочего дня показались Вам наиболее интересными и актуальными для Вас? Имеются ли у вас собственные правила «хорошего» рабочего дня? Какие? Составьте собственный список (из 8—12) таких правил.</p> <p>Задание 13. Техника SQ 3R. В рамках Вашей рабочей или учебной деятельности, примените технику SQ 3R при работе с любыми тремя текстами. Результаты представьте в виде (по каждому тексту)</p> <p>Задание 14. 14.1. Апробируйте метод «6 задач». Результаты представьте в виде:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ваш общий список задач на определенный период. 2. 6 важных дел из общего списка задач 3. Расставляем приоритеты - записываем по важности эти 6 важных дел 4. Характеристика процесса и итогов выполнения всех 6 задач. <p>14.2. Апробируйте «Метод помидора». Результаты представьте в характеристики по вопросам: - Какая работа выполнялась в целом? - Как (на какие части по 25 минут) была разделена работа? - Удалось ли выполнять работы по 25 минут не отвлекаясь? - Реальная продолжительность перерывов? - Охарактеризуйте результат (качество) выполнения работы в соотношении с потраченным временем.</p> <p>Задание 15. Апробируйте рекомендации по теме «Интернет как поглотитель времени и средство тайм-менеджмента» по Вашему выбору и заполните таблицу:</p> <table border="1" data-bbox="603 1361 1481 1917"> <thead> <tr> <th data-bbox="603 1361 906 1585">Что использовал(а) ранее из предложенных инструментов</th> <th data-bbox="906 1361 1209 1585">Что дополнительно взял(а) к использованию из предложенных инструментов</th> <th data-bbox="1209 1361 1481 1585">Результат применения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" data-bbox="603 1585 1481 1630"><i>Работа с информацией в Интернет</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1630 906 1697"></td> <td data-bbox="906 1630 1209 1697"></td> <td data-bbox="1209 1630 1481 1697"></td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="603 1697 1481 1742"><i>Управление электронной почтой</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1742 906 1809"></td> <td data-bbox="906 1742 1209 1809"></td> <td data-bbox="1209 1742 1481 1809"></td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="603 1809 1481 1854"><i>Социальные сети</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="603 1854 906 1917"></td> <td data-bbox="906 1854 1209 1917"></td> <td data-bbox="1209 1854 1481 1917"></td> </tr> </tbody> </table>	Что использовал(а) ранее из предложенных инструментов	Что дополнительно взял(а) к использованию из предложенных инструментов	Результат применения	<i>Работа с информацией в Интернет</i>						<i>Управление электронной почтой</i>						<i>Социальные сети</i>					
Что использовал(а) ранее из предложенных инструментов	Что дополнительно взял(а) к использованию из предложенных инструментов	Результат применения																					
<i>Работа с информацией в Интернет</i>																							
<i>Управление электронной почтой</i>																							
<i>Социальные сети</i>																							

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель.	УК-6	тестирование, выполнение заданий		письменно
Тема 2. Инвентаризация и анализ времени.	УК-6	тестирование, выполнение заданий		письменно
Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение.	УК-6	тестирование, выполнение заданий		письменно устно

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности	УК-6	тестирование, выполнение заданий		письменно
	УК-6		Зачет	Тест письменно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-6	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	знание и понимание основ тайм-менеджмента для и личной и организационной эффективности	1,2,3,4
2	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	1,2,3,4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их

формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность применять методы тайм-менеджмента для повышения личной и организационной эффективности	Знание содержательных элементов тайм-менеджмента	Знание методологии инвентаризации и качественного анализа временных затрат	Умение планировать действия на основе инвентаризации и качественного анализа, повышающие эффективность деятельности	Контролируемая самостоятельная работа, зачет

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции.	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучающегося при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне,

Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины		заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	--	--	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	Вести письменный учет всего времени первым предложил:	Сенека Кант Тейлор	1

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы					
SingleSelection	К какому этапу системы управления временем относится процедура совершенствование (меры) способов и навыков работы:	<table border="1"> <tr><td>Постановка целей</td></tr> <tr><td>Планирование</td></tr> <tr><td>Принятие решений</td></tr> <tr><td>Выполнение решений</td></tr> <tr><td>Контроль над выполнением</td></tr> </table>	Постановка целей	Планирование	Принятие решений	Выполнение решений	Контроль над выполнением	4
Постановка целей								
Планирование								
Принятие решений								
Выполнение решений								
Контроль над выполнением								
SingleSelection	Деление времени на хорошо, дурно потраченное и потраченное на безделье, предложил:	<table border="1"> <tr><td>Сенека</td></tr> <tr><td>Кант</td></tr> <tr><td>Тейлор</td></tr> </table>	Сенека	Кант	Тейлор	1		
Сенека								
Кант								
Тейлор								
SingleSelection	За введение жесткого режима дня выступал:	<table border="1"> <tr><td>Сенека</td></tr> <tr><td>Кант</td></tr> <tr><td>Тейлор</td></tr> </table>	Сенека	Кант	Тейлор	2		
Сенека								
Кант								
Тейлор								
SingleSelection	Центральный институт труда булл создан:	<table border="1"> <tr><td>Керженцев</td></tr> <tr><td>Кант</td></tr> <tr><td>Тейлор</td></tr> <tr><td>Гастев</td></tr> </table>	Керженцев	Кант	Тейлор	Гастев	4	
Керженцев								
Кант								
Тейлор								
Гастев								
SingleSelection	Международная Лига «Время» была создана:	<table border="1"> <tr><td>Керженцев</td></tr> <tr><td>Кант</td></tr> <tr><td>Тейлор</td></tr> <tr><td>Гасте</td></tr> </table>	Керженцев	Кант	Тейлор	Гасте	1	
Керженцев								
Кант								
Тейлор								
Гасте								
SingleSelection	Низкая сплоченность коллектива, отсутствие взаимопомощи, относят к внутренним или внешним помехам времени?	<table border="1"> <tr><td>внутренним</td></tr> <tr><td>внешним</td></tr> </table>	внутренним	внешним	2			
внутренним								
внешним								
SingleSelection	Игнорирование фактора времени в системе мотиваторов организации, относят к внутренним или внешним помехам времени?	<table border="1"> <tr><td>внутренним</td></tr> <tr><td>внешним</td></tr> </table>	внутренним	внешним	2			
внутренним								
внешним								

Тема 2. Инвентаризация и анализ времени

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы			
SingleSelection	Количественный учет времени различных видов (качественный аспект учета времени) жизнедеятельности, это:	<table border="1"> <tr><td>фотография рабочего дня</td></tr> <tr><td>хронометраж</td></tr> <tr><td>тайм-диагностика</td></tr> </table>	фотография рабочего дня	хронометраж	тайм-диагностика	2
фотография рабочего дня						
хронометраж						
тайм-диагностика						

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы						
SingleSelection	Минимально рекомендуемый период для проведения хронометража составляет (недель):	<table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	2	
1									
2									
3									
4									
5									
SingleSelection	Инвентаризация времени и хронометраж в тайм-менеджменте по содержанию это равные понятия:	<table border="1"> <tr><td>Да</td></tr> <tr><td>Нет</td></tr> </table>	Да	Нет	1				
Да									
Нет									
SingleSelection	Выберите правильное утверждение:	<table border="1"> <tr><td>Хронометраж - инструмент инвентаризации времени</td></tr> <tr><td>Инвентаризация – инструмент хронометража времени</td></tr> </table>	Хронометраж - инструмент инвентаризации времени	Инвентаризация – инструмент хронометража времени	1				
Хронометраж - инструмент инвентаризации времени									
Инвентаризация – инструмент хронометража времени									
SingleSelection	Процедура определения видов временных затрат, характерных для Вашей жизнедеятельности (или функционирования организации), входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	<table border="1"> <tr><td>Подготовка к инвентаризации</td></tr> <tr><td>Проведение инвентаризации</td></tr> <tr><td>Анализ</td></tr> <tr><td>Изменение способов управления во времени</td></tr> </table>	Подготовка к инвентаризации	Проведение инвентаризации	Анализ	Изменение способов управления во времени	1		
Подготовка к инвентаризации									
Проведение инвентаризации									
Анализ									
Изменение способов управления во времени									
SingleSelection	Процедура определения параметров для качественной оценки изучаемых временных затрат, входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	<table border="1"> <tr><td>Подготовка к инвентаризации</td></tr> <tr><td>Проведение инвентаризации</td></tr> <tr><td>Анализ</td></tr> <tr><td>Изменение способов управления во времени</td></tr> </table>	Подготовка к инвентаризации	Проведение инвентаризации	Анализ	Изменение способов управления во времени	1		
Подготовка к инвентаризации									
Проведение инвентаризации									
Анализ									
Изменение способов управления во времени									
SingleSelection	Процедура измерения затрат времени с соответствующей фиксацией, входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	<table border="1"> <tr><td>Подготовка к инвентаризации</td></tr> <tr><td>Проведение инвентаризации</td></tr> <tr><td>Анализ</td></tr> <tr><td>Изменение способов управления во времени</td></tr> </table>	Подготовка к инвентаризации	Проведение инвентаризации	Анализ	Изменение способов управления во времени	2		
Подготовка к инвентаризации									
Проведение инвентаризации									
Анализ									
Изменение способов управления во времени									
SingleSelection	Максимальный временной предел анализа времени в неделях не должен превышать:	<table border="1"> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> <tr><td>6</td></tr> <tr><td>7</td></tr> <tr><td>8</td></tr> </table>	3	4	5	6	7	8	6
3									
4									
5									
6									
7									
8									

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	Инвентаризация времени и хронометраж в тайм-менеджменте по содержанию это равные понятия:	Да Нет	1
SingleSelection	Процедура группировки полученных данных в процессе хронометража по категориям и критериям, входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	Подготовка к инвентаризации Проведение инвентаризации Анализ Изменение способов управления во времени	2
SingleSelection	Процедура формулировки результат исходя из цели инвентаризации, входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	Подготовка к инвентаризации Проведение инвентаризации Анализ Изменение способов управления во времени	3
SingleSelection	Процедура проектирования путей и способов борьбы с потерями времени и предложение идей по более эффективному использованию времени, входит в какой этап алгоритма инвентаризации и анализа времени?	Подготовка к инвентаризации Проведение инвентаризации Анализ Изменение способов управления во времени	3
SingleSelection	Поточная карта это:	Метод анализа рабочего времени Метод инвентаризации времени Метод анализа решений по времени	2
SingleSelection	Модель изучаемого вида деятельности составляется в каком методе инвентаризации анализа времени?	Поточная карта Поточная диаграмма Карта совместных операций Сетевой анализ	1

Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение
------	--

	всей жизни
--	------------

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы				
SingleSelection	Приоритетом в целеполагании тайм-менеджмента является:	<table border="1"> <tr><td>Формулировка</td></tr> <tr><td>Согласование целей</td></tr> <tr><td>Периодический анализ целей</td></tr> </table>	Формулировка	Согласование целей	Периодический анализ целей	2	
Формулировка							
Согласование целей							
Периодический анализ целей							
SingleSelection	Общая согласованность и координация действий отдельных подразделений и сотрудников в итоге улучшает:	<table border="1"> <tr><td>смысл существования фирмы</td></tr> <tr><td>направление движения (развития) фирмы</td></tr> <tr><td>степень прогресса и успешность организации</td></tr> <tr><td>мотивационный потенциал</td></tr> </table>	смысл существования фирмы	направление движения (развития) фирмы	степень прогресса и успешность организации	мотивационный потенциал	2
смысл существования фирмы							
направление движения (развития) фирмы							
степень прогресса и успешность организации							
мотивационный потенциал							
SingleSelection	Если мои цели согласованы с целями тайм-менеджмента и не согласованы с целями организации, то последние будут для меня:	<table border="1"> <tr><td>элементом требующим согласования</td></tr> <tr><td>помехами</td></tr> <tr><td>факторами успеха</td></tr> </table>	элементом требующим согласования	помехами	факторами успеха	2	
элементом требующим согласования							
помехами							
факторами успеха							
SingleSelection	Общая согласованность и координация действий отдельных подразделений и сотрудников в итоге улучшает:	<table border="1"> <tr><td>смысл существования фирмы</td></tr> <tr><td>направление движения (развития) фирмы</td></tr> <tr><td>степень прогресса и успешность организации</td></tr> <tr><td>мотивационный потенциал</td></tr> </table>	смысл существования фирмы	направление движения (развития) фирмы	степень прогресса и успешность организации	мотивационный потенциал	2
смысл существования фирмы							
направление движения (развития) фирмы							
степень прогресса и успешность организации							
мотивационный потенциал							
SingleSelection	В матрице Эйзенхауэра ключевых элементов?	<table border="1"> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>6</td></tr> <tr><td>12</td></tr> </table>	2	4	6	12	2
2							
4							
6							
12							
SingleSelection	Стимулирование, вдохновение и притяжение всех сотрудников в итоге улучшает:	<table border="1"> <tr><td>смысл существования фирмы</td></tr> <tr><td>направление движения (развития) фирмы</td></tr> <tr><td>степень прогресса и успешность организации</td></tr> <tr><td>мотивационный потенциал</td></tr> </table>	смысл существования фирмы	направление движения (развития) фирмы	степень прогресса и успешность организации	мотивационный потенциал	4
смысл существования фирмы							
направление движения (развития) фирмы							
степень прогресса и успешность организации							
мотивационный потенциал							
SingleSelection	Гармоничность целей означает:	<table border="1"> <tr><td>сочетание целей</td></tr> <tr><td>отсутствие конфликта целей</td></tr> <tr><td>отсутствие конфликта интересов участников целеполагания</td></tr> </table>	сочетание целей	отсутствие конфликта целей	отсутствие конфликта интересов участников целеполагания	2	
сочетание целей							
отсутствие конфликта целей							
отсутствие конфликта интересов участников целеполагания							

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
		непротиворечивость целей	
SingleSelection	Технология SMART предназначена для:	совершенствования хронометража постановки целей качественного анализа времени количественного анализа времени	2
SingleSelection	Требование к четкому описанию цели как конкретного результата относится к технологии:	PERT SMART GANT нет правильного ответа	2
SingleSelection	Требование к измеримости цели с помощью конкретных индикаторов и стандартных процедур относится к технологии:	PERT SMART GANT нет правильного ответа	2
SingleSelection	Требование к неслучайности, обоснованности цели для организации, относится к технологии:	PERT SMART GANT нет правильного ответа	2
SingleSelection	Реалистичность и достижимость цели для организации, относится к технологии:	PERT SMART GANT нет правильного ответа	2
SingleSelection	Определенность цели во времени, относится к технологии:	PERT SMART GANT нет правильного ответа	2
SingleSelection	Авторство SMART-технологии постановки цели принадлежит:	Кашпарову Доурдэну Кеженцеву Лотару Зайверту	2

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	Авторство проектной системы постановки цели принадлежит:	Архангельскому Доурдэну Кеженцеву Лотару Зайверту	1
SingleSelection	Проектная система постановки цели Архангельского используется:	в проблемных ситуациях в стратегическом планировании в проблемных ситуациях и стратегическом планировании в тактическом планировании в проблемно-тактическом планировании	3

Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	Значительных затрат времени требуют какие решения?	Стратегические Тактические Оперативные	1
SingleSelection	Как можно меньше времени должны занимать какие решения?	Стратегические Тактические Оперативные	3
SingleSelection	Как называется один из методов контроля в тайм-менеджменте?	3-х пальцев 5-ти пальцев 3-х букв 5-ти букв 3-х гвоздей	2
SingleSelection	Учет биоритмов не носит научного характера	Да Нет Нет правильного ответа	2

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
SingleSelection	Метод контроля в тайм-менеджменте получивший название «5-ти пальцев» был разработан:	Г.Архангельским И.Кантом Л.Зайвертом Д.Кашпаровым А. Петреску	3
SingleSelection	При использовании метода контроля в тайм-менеджменте получившего название «5-ти пальцев» мы присваиваем мезинцу какую группу вопросов для последующего контроля?	Близость к цели Бодрость Мысли, знания, информация Состояние Услуга, помощь, сотрудничество	3
SingleSelection	При использовании метода контроля в тайм-менеджменте получившего название «5-ти пальцев» мы присваиваем безымянному пальцу какую группу вопросов для последующего контроля?	Близость к цели Бодрость Мысли, знания, информация Состояние Услуга, помощь, сотрудничество	2
SingleSelection	При использовании метода контроля в тайм-менеджменте получившего название «5-ти пальцев» мы присваиваем среднему пальцу какую группу вопросов для последующего контроля?	Близость к цели Бодрость Мысли, знания, информация Состояние Услуга, помощь, сотрудничество	4
SingleSelection	При использовании метода контроля в тайм-менеджменте получившего название «5-ти пальцев» мы присваиваем указательному пальцу какую группу вопросов для последующего контроля?	Близость к цели Бодрость Мысли, знания, информация Состояние Услуга, помощь, сотрудничество	5
SingleSelection	Развивая навыки и качества лидерства в тайм-менеджменте Томас Леонард сформулировал:	8 шагов лидера 5 принципов управления 3 правила тайм-менеджмента 30 правил борьбы с помехами 28 принципов привлекательности	5
SingleSelection	В предложенном перечне выберите то, что МОЖНО делегировать в процессе реализации целей и задач:	Представительские функции в некоторых ситуациях Частные задачи, требующие уникальных качеств (квалификации, опыта) сотрудника	5

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы
		«Обучающие» задачи, требующие приемлемых затрат на обучение и инструктаж	
		Комплексные задачи, имеющие невысокую степень риска	
		Все варианты правильные	

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задания

Тема 1. Природа времени. Время как ресурс и цель.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
Задание 1. Из чего складывается рабочий день Ваш и кого-то из Ваших близких (семья, друзья, коллеги)? – дайте характеристику с выводами.	- дана характеристика 1 б. - представлены выводы 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл - глубина и содержательность характеристики и выводов – 1 б.
Итого	4 балла
Задание 2. Вспомните события в Вашей жизни за прошедший год по неделям и ответьте на вопросы:	

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
1) какую часть удалось вспомнить (например в % от целого года)? 2) какие ключевые достижения были у Вас за год? 3) какую часть времени (например в % от целого года) занимали действия связанные с подготовкой и реализацией всего, что позволило прийти к ключевым достижениям?	- дан ответ на 1 вопрос- 1 б - дан ответ на 2 вопрос – 1 б - дан ответ на 3 вопрос- 1 б - задание сдано в сроки 1 балл - глубина и содержательность характеристики и выводов – 1 б.
Итого	5 баллов
Задание 3. Выберите из предложенного Л. Зайвертом списка пять наиболее характерных помех, которые чаще всего встречаются в привычной для вас деятельности. 1) Насколько сильно эти помехи мешают достижению цели и замедляют вашу деятельность? 2) Пытались ли Вы с ними бороться? Каким образом, с каким результатом? Еще раз прочитайте список помех Л. Зайверта. 3) Предложите помехи, которые характерны именно для вашей деятельности, но которых нет в предложенном списке.	- названы помехи из списка – 1 б. - дан ответ на 1 вопрос – 1 б. - дан ответ на 2 вопрос – 1 б. - дан ответ на 3 вопрос – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл - глубина и содержательность характеристики и выводов – 1 б.
Итого	6 баллов

Тема 2. Инвентаризация и анализ времени

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
Задание 4. Провести инвентаризацию личного времени любым из методов и ответить на вопросы: 1) Почему выбран данный метод фиксации? 2) Фиксировали действия во времени от события к событию или с установленной периодичностью (почему и какие в результате особенности в процессе фиксации)? 3) Впечатления от процесса хронометража	- проведена инвентаризация и представлены результаты фиксации затрат времени – 3 б. - обоснован ответ на 1 вопрос – 1 б. - дан ответ на 2 вопрос – 1 б. - дан ответ на 3 вопрос – 1 б. - задание сдано в сроки - 1 балл
Итого	7 баллов

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
Фотография рабочего дня управленца	- всем участникам – 2 балла
<p>Задание 5. Провести качественный анализ времени с обобщением по критериям (возможно - своим) и выводы по качественному анализу (в %). Схема проведения качественного анализа:*</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перечень дел, их длительность по времени, оценка дел (-2 -1 0 1 2)? 2. Какой % времени занимают дела (-2 -1 0 1 2)? 3. Группировка дел, какой % времени занимает какая группа? 4. Какое дело (из списка дел) соответствует какой Вашей задаче (написать формулировку задачи)? 5. Есть ли дела не связанные с какой либо задачей? Каков % таких дел в целом и по группам дел? 6. Первые выводы, которые Вы делаете из полученных результатов? <p>* Домашнее задание выполняется по данной схеме. На практике кроме предложенной схемы, возможны и иные варианты качественного анализа времени.</p>	<p>- дан ответ на 1 вопрос – 1 б. - дан ответ на 2 вопрос – 1 б. - дан ответ на 3 вопрос – 1 б. - дан ответ на 4 вопрос – 1 б. - дан ответ на 5 вопрос – 1 б. - дан ответ на 6 вопрос – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл</p>

Тема 3. Целеполагание, планирование, исполнение.

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
<p>Задание 6. Какие свойства целей, являются наиболее важными, и их по Вашему мнению необходимо учитывать в первую очередь при целеполагании и почему? Кратко оцените собственную систему целей по предложенным свойствам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Назовите 1—3 самые важные цели, актуальные для вас в настоящее время? 2) Какие цели обычно вы ставите перед собой — легкие или трудные? - Почему? 3) Каких целей больше в вашей жизни — «своих» или «чужих»? - Почему? 4) Какого рода цели вы обычно ставите перед собой: цели стабильности, цели решения проблем, цели развития? - Почему? 	<p>- дан ответ на 1 вопрос – 1 б. - дан ответ на 2 вопрос – 1 б. - дан ответ на 3 вопрос – 1 б. - дан ответ на 4 вопрос – 1 б.</p>

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
5) Среди ваших целей преобладают актуальные или проекционные? - Почему?	- дан ответ на 5 вопрос – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл - глубина и содержательность характеристики и выводов – 1 б.
Итого	7 баллов
ПЗ 25.02	- всем участникам – 2 балла
Задание 7. Целеполагание: анализ «цели — ценности» Сайман Моттрам - Опишите 1 день будущего (через 5 или 10 лет) SWOT анализ себя по критериям: а) профессиональные б) личные качества	- представлены (в таблице) результаты оценки – 1 б. - представлено описание (не менее 1 страницы А4) – 2 б. - на выбор а) или б) либо совмещенный анализ (а+б) – 2 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	6 баллов
Задание 8. Заполнить таблицу «Цели – задачи – средства» Спланировать подготовку к сессии методом «Альпы»	- заполнена таблица – 2 б. - представлен план – 2 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	5 баллов
Задание 9. Распишите свой один день в матрице Эйзенхауэра.	- задание выполнено 1б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	2 балла
Задание 10. Спланируйте с помощью «Планирование через приоритеты» время до конца года (календарного, учебного). Задание выполните графически с краткими пояснениями. Рассчитайте необходимый ресурс времени.	- представлен графический план, даны пояснения – 1 б. - рассчитан ресурс времени – 1б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	3 балла

Тема 4. Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности

Проверяемые компетенции

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
Задание 11. Сделать обзор статей (не менее 5) по Тайм-менеджменту, взятых с elibrary.ru или иных научно-практических источников. Тематика статей –	- соблюдена форма изложения (ссылка – основная мысль статьи – не менее 10 предложений собственных обобщений) – 1 б.

Задания	Критерии и шкала оценивания компетенций
«Коммуникации и их эффективность в тайм-менеджменте». Отчет по заданию: статья – ссылка – основная мысль статьи – не менее 10 предложений собственных обобщений («Антиплагиат» не менее 50% оригинальности).	<ul style="list-style-type: none"> - соответствует требованиям оригинальности -1 б. - соответствует заданному содержанию – 1 б. - присутствует список источников и ссылки на источники по тексту – 1б. - глубина и содержательность характеристики и выводов (собственные обобщения) – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	6 баллов
<p>Задание 12. Какие из предложенных правил «хорошего» рабочего дня показались Вам наиболее интересными и актуальными для Вас? Имеются ли у вас собственные правила «хорошего» рабочего дня? Какие? Составьте собственный список (из 8—12) таких правил.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - составлен список – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	2 балла
ПЗ Проведение совещания	- всем участникам – 3 балла
<p>Задание 13. Техника SQ 3R. В рамках Вашей рабочей или учебной деятельности, примените технику SQ 3R при работе с любыми тремя текстами. Результаты представьте в виде (по каждому тексту):</p> <ul style="list-style-type: none"> - ОБЗОР структуры текста (с информацией об источнике) - ВОПРОСЫ, задающие цель Вашего чтения - ОБОБЩЕНИЕ текста, краткое выделение основных идей <p>Охарактеризуйте эффективность методики по итогам работы с тремя текстами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - результаты соответствуют структуре – 2 б. - техника применена в отношении 3 текстов – 1 б. - дана характеристика эффективности методики – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого	5 баллов
<p>Задание 14. 14.1. Апробируйте метод «6 задач». Результаты представьте в виде:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ваш общий список задач на определенный период. 2. 6 важных дел из общего списка задач 3. Расставляем приоритеты - записываем по важности эти 6 важных дел 4. Характеристика процесса и итогов выполнения всех 6 задач. <p>14.2. Апробируйте «Метод помидора». Результаты</p>	<ul style="list-style-type: none"> - апробация произведена, результаты изложения соответствуют структуре (1-4) – 2 б. - глубина и содержательность характеристики процесса и итогов выполнения всех 6 задач – 1 б. - апробация произведена, результаты изложения

Задания		Критерии и шкала оценивания компетенций
представьте в характеристики по вопросам: - Какая работа выполнялась в целом? - Как (на какие части по 25 минут) была разделена работа? - Удалось ли выполнять работы по 25 минут не отвлекаясь? - Реальная продолжительность перерывов? - Охарактеризуйте результат (качество) выполнения работы в соотношении с потраченным временем		соответствуют структуре – 2 б. - глубина и содержательность характеристики результат (качества) выполнения работы в соотношении с потраченным временем – 1 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Итого		7 баллов
Задание 15. Апробируйте рекомендации по теме «Интернет как поглотитель времени и средство тайм-менеджмента» по Вашему выбору и заполните таблицу:		- апробация произведена, результаты изложения соответствуют структуре (таблица) – 2 б. - глубина и содержательность характеристики и выводов по всем ячейкам таблицы – 2 б. - задание сдано в сроки 1 балл
Что использовал(а) ранее из предложенных инструментов	Что дополнительно в к использованию предложенных инструментов	
<i>Работа с информацией в I</i>		
<i>Управление электронной</i>		
<i>Социальные сети</i>		
Итого		5 баллов

6.3.3. Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Проверяемые компетенции:

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
------	---

Вопросы к зачету:

1. История тайм-менеджмента.
2. Дайте определение понятию времени.
3. Виды времени.
4. Что представляет собой социальное время.
5. Каковы особенности экономического времени.
6. Каковы особенности индивидуального фонда времени и его структуры?
7. Атрибуты времени.
8. Свойства времени.
9. Закон времени.
10. Жизненный цикл организации. Жизненный цикл товара во времени.
11. Фонд времени организации.
12. Система управления временем.
13. Помехи (воры) времени по Л.Зайверту.
14. В чем заключается сущность работы системы управления временем.
15. В чем заключается компетентность менеджера во времени.
16. Хронометраж.
17. Назовите основные этапы реализации алгоритма инвентаризации и анализа времени.
18. Перечислите составные элементы органайзера.
19. Каковы особенности составления хронокарты Гастева.
20. Психологические задачи начального этапа хронометража по Г.Архангельскому.
21. Основные методы инвентаризации личного и организационного времени
22. Поточная карта как метод инвентаризации личного и организационного времени.
23. Поточная диаграмма как метод инвентаризации личного и организационного времени.
24. Карта совместных операций как метод инвентаризации личного и организационного времени.
25. Сетевой анализ как метод инвентаризации личного и организационного времени.
26. Органайзер как метод инвентаризации личного и организационного времени.
27. Качественный анализ времени.
28. Формула полезной работы Л.Зайверта.
29. Качественный анализ времени С.Калинина.
30. Категории временных затрат.
31. Хронокарта Гастева.
32. Показатели качества организации труда по Л.Зайверту.
33. Категории временных затрат менеджера.
34. Правила инвентаризации и анализа времени.
35. Главные информационные результаты инвентаризации и анализа времени.

36. Цели организации и цели личности.
37. Целеполагание и процесс достижения целей.
38. Свойства цели.
39. Smart-технология постановки целей Д. Доурдэна.
40. В чем заключается особенность проектной системы постановки целей Г. Архангельского.
41. Каковы особенности функционирования ситуационного анализа Л. Зайверта.
42. Проблемы при целеполагании.
43. Критерии приоритетности цели.
44. Принципы и правила планирования.
45. Признаки календарного планирования.
46. Как повысить эффективность оперативного плана.
47. Что представляет собой «золотые» пропорции планирования времени.
48. Система планирования времени по Г. Архангельскому.
49. Система ежедневного планирования «Альпы».
50. Рекомендации по выполнению планов.
51. Расстановка приоритетов в планировании времени.
52. Виды решений в тайм-менеджменте. Особенности стратегических решений.
53. Особенности оперативных решений в тайм-менеджменте.
54. Работа с отклонениями при достижении запланированных решений.
55. Контроль в тайм-менеджменте (виды).
56. Контроль в тайм-менеджменте (методы).
57. Способы повышения личной эффективности в работе и коммуникациях.
58. Развитие навыков и качеств лидера для тайм-менеджмента.
59. В чем назначение– «28 принципов привлекательности» Томаса Леонарда для тайм-менеджмента.
60. Использование делегирования.
61. В чем заключается сущность метода «пяти» пальцев Л. Зайверта?
62. Назовите основные правила и ошибки контроля в тайм-менеджменте.
63. Каково значение лидерства в тайм – менеджменте.
64. В чем заключаются основные проблемы построения системы коммуникаций в организации.
65. Построение упорядоченной системы коммуникаций в тайм-менеджменте.
66. Управление системой коммуникаций в тайм-менеджменте.
67. Поглотители времени в коммуникациях.
68. Умения и навыки управленца в коммуникациях.
69. Альтернативные варианты этапов коммуникаций в тайм-менеджменте.
70. Принципы эффективного делового общения.
71. Формализация информации и информационных потоков для тайм-менеджмента.
72. Формализация типовых коммуникативных ситуаций как инструменты тайм-менеджмента.
73. Что представляет собой делегирование полномочий.
74. В чем заключаются основные правила эффективного проведения совещаний.
75. Сформулируйте персональные правила «хорошего» рабочего дня.
76. Знание и учет в своей работе индивидуальных биоритмов (персональная система правления временем).
77. Создание и использование собственных законов «хорошего» рабочего дня.
78. Использование эффективной системы сортировки и хранения информации.
79. Использование навыков работы с деловой документацией, письмами, отчетами и т. п. в тайм-менеджменте.
80. Использование технических средств (компьютер, диктофон, метод SQ 3R), эффективное чтение и конспектирование в персональной системе организации

времени.

Критерии и шкала оценивания компетенций

«зачтено» ставится в случае, если студент в процессе обучения и выполнения заданий набрал не менее 67% (67% и более) баллов от максимального объема баллов в качестве оценок за задания.

«не зачтено» ставится в случае, если студент в процессе обучения и выполнения заданий набрал менее 67% (67% и более) баллов от максимального объема баллов в качестве оценок за задания.

.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой проверку домашних индивидуальных заданий и домашних (и аудиторных) групповых заданий. Задача преподавателя – проверить факт выполнения задания и его правильность. В случае необходимости указывается студентам на способы и варианты правильного выполнения задания с учетом индивидуальных особенностей условий при которых выполнялось задание

Промежуточный контроль – не предусмотрен

Итоговый рейтинг определяется исходя из выполненных и защищенных индивидуальных и групповых работ, а так же итогового тестирования по темам учебной дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Белова, Е. О. Тайм-менеджмент : учебное пособие / Е. О. Белова. — Краснодар : КубГТУ, 2019. — 319 с. — ISBN 978-5-8333-0895-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151188> (дата обращения: 17.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Тайм-менеджмент для руководителей : учебно-методическое пособие / М. И. Ананич, А. Ю. Воронин, О. В. Сересева, Л. И. Чурина. — Новосибирск : НГТУ, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-7782-4073-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152356> (дата обращения: 17.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Малышева, О. В. Тайм-менеджмент: в обществе, на предприятии и в личной жизни : учебное пособие / О. В. Малышева, О. А. Зюрина. — Самара : СамГУПС, 2019. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/145831> (дата обращения: 17.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Для самостоятельной работы

1. Маккензи, А. Ловушка времени. Классическое пособие по тайм-менеджменту/ Алек Маккензи, Пэт Никерсон ; пер. с англ. Ольги Кривовяз. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2015. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
2. Васильченко, Ю.Л. Механизмы времени: Тайм-менеджмент: теория, практикум/ Ю. Л. Васильченко. - Киев: Наша культура и наука, 2001. - 219 с. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 1: НА(1)
3. Моргенстерн, Д. Тайм менеджмент: Искусство планирования и управления своим временем и своей жизнью/ Д. Моргенстерн; Пер.с англ.. - М.: Добрая кн., 2001. - 255 с. - (Средства для высокоэффективной жизни). Имеются экземпляры в отделах всего /all 2: НА(1), ч.з.N5(1)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека» (<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>).
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>).
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» (<http://ibooks.ru/>).
6. ЭБС «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>).
7. <http://www.koob.ru/time/> - книги по тайм-менеджменту
8. <http://www.improvement.ru> – статьи по тайм-менеджменту
9. <http://www.vitamarg.com/konsultacii/uspeh/3200-33-soveta-time-managment> - советы по тайм-менеджменту
10. <http://www.al24.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/time-menegment> - книги по тайм-менеджменту
11. <https://twitter.com/glebarhangelsky> - задай вопрос Глебу Архангельскому
12. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.caynax.timemanagement&hl=ru> – приложение для мобильных устройств по анализу времени (хронометражу).
13. http://www.f-kotler.narod.ru/books_taim_management.htm - книги по тайм-менеджменту.
14. <http://www.homeclass.ru/navyki/taym-menedzhment-upravlenie-vremenem-svoey-zhizni.html> - статья «Учимся управлять своим временем».
15. <http://timepost.ru/osnovy-tajm-menedzhmenta-instrukciya-po-primeneniyu.html> - книги и статьи о тайм-менеджменте.
16. <http://www.gd.ru/articles/3590-taym-menedjment/> - тайм-менеджмент – пошаговый план.
17. <http://www.mental-skills.ru/dict/upravlenie-vremenem-taym-menedzhment/> - техники тайм-менеджмента.
18. <http://tim.com.ua/2013/05/26-time-management-hacks-i-wish-i-know-at-20/> - приемы

тайм-менеджмента.

19. http://delovoyimir.biz/ru/biznes_statyi/tag/taym-menedzhment/ - статьи по тайм-менеджменту.
20. http://lib100.com/book/time/time_manag_i/_%C8%F0%EE%EA%E5%E7%20%D1%E5%F0%E3%E5%E9,%20%D2%E0%E9%EC-%EC%E5%ED%E5%E4%E6%EC%E5%ED%F2%20%ED%E0%EE%E1%EE%F0%EE%F2.pdf – Ирокез С. «Тайм-менеджмент наоборот». Электронная книга.
21. <http://wintobe.ru/time-management.html> - Тайм менеджмент в Excel: система планирования рабочего времени.
22. <http://timestep.ru/2010/01/15/idealnaya-sistema-tajjm-menedzhmenta> - сайт о тайм-менеджменте.
23. <https://time-master.ru/time-management/> - материалы по тайм-менеджменту.
24. <http://romankalugin.com/category/time-management/> - статьи, книги, ссылки по тайм-менеджменту.
25. <http://mexalib.com/search/?q=Тайм-менеджмент> – книги по тайм-менеджменту.
26. Понятие «Время»
<https://zen.yandex.ru/media/id/5d553e39fbe6e7b110318c6c/poniatie-vremia-chast-i-5d5546e1d11ba200ae2afd6d>
27. Время как общее условие и мера становления человеческого бытия, его жизни.
<https://cyberpedia.su/13x1910d.html>
28. Управление временем. Книги. <https://www.koob.ru/time/>
29. Сенека: «Одно лишь время следует беречь»<http://timestep.ru/2010/09/05/seneka-odno-lish-vremya-sleduet-berech>
30. Понятие времени и его значение для модели сущности человека. Сравнительный анализ концепций И.Канта.<https://iphras.ru/page47501648.htm>
31. Время у Иммануила Канта (и не только)<https://proza.ru/2020/02/26/425>
32. Хронометраж работ и норма выработки по Фредерику Тейлору<https://vikent.ru/enc/3290/>
33. Человек с секундомером: уроки Фредерика Тейлора<https://psycho.ru/library/3639>
34. Что такое НОТ и зачем он нам сегодня (по А.К.Гастеву)<https://getsiz.ru/v-tebe-v-kazhdom-sidit-ford-chto-ta.html>
35. Гастев А.Е. Как надо работать. <https://ruslit.traumlibrary.net/book/gastev-kak-nado-rabotat/gastev-kak-nado-rabotat.html>
36. П.М.Керженцев. Борьба за время. <http://www.improvement.ru/bibliot/kerzht/>
37. Друкер П. Эффективный управляющий.<https://vc.ru/flood/23267-ideanomics-time-management>
38. Тайм-блог. Классический тайм-менеджмент и его особенности.<https://time-blog.ru/klassicheskij-tajm-menedzhment/>
39. Управление временем.<https://klex.ru/razdel/time/>
40. Лайкен А. Искусство успевать.<https://www.libfox.ru/327928-alan-lakeyn-iskusstvo-uspevat.html>
41. Стивен Р. Кови. Семь навыков высокоэффективных людей.<https://online-knigi.com/page/259016>
42. Глеб Архангельский. Мысли о времени (и не только).<https://glebarhangelsky.livejournal.com>
43. Блог С.Калинина http://s-kalinin.blogspot.com/2014/01/blog-post_31.html
44. Свойства времени.<https://www.filosofio.ru/filosofiya-vremeni/svoystva-vremeni.html>
45. Свойства времени.<https://proza.ru/2018/01/14/2257>
46. Свойства времени: их современная интерпретация.<https://www.socionauki.ru/journal/articles/126794/>
47. Моделирование времениhttp://eos.ibi.spb.ru/umk/11_4/5/5_R0_T2.html
48. Системы управления временем.<https://4brain.ru/time/systems.php>

49. Система управления временем Бенджамина Франклина <http://timestep.ru/2010/11/30/sistema-upravleniya-vremenem-bendzhamina-franklina>
50. Система управления временем — Подстрой время под себя! <http://agydar.ru/система-управления-временем-подстр.html>
51. Воры времени и как с ними бороться. <https://www.sekretariat.ru/article/210341-qqe-16-m5-vory-vremeni-i-kak-s-nimi-borotsya-shkola-prakticheskoy-psihologii>
52. «Воры» времени. Умение сказать «нет». <https://ppt-online.org/454134>
53. 7 воров твоего времени и сил. https://molodost.bz/article/7_vorov_tvoego_vremeni_i_sil/
54. 8 хронофагов - поглотителей времени, куда уходит время. http://markov-a.ru/stati/efficiency/work/kuda_uhodit_vremja_8_hronofagov_poglotitelej_vremeni_i_borba_s_nimi/
55. Инвентаризация и анализ времени. <https://present5.com/tema-3-inventarizaciya-i-analiz-vremeni-inventarizaciya/>
56. Результаты инвентаризации и анализа времени. <https://mydocx.ru/9-69375.html>
57. Энциклопедия по экономике – инвентаризация и анализ времени. <https://economy-ru.info/info/192080/>
58. Козловский С.В.. Борьба с внутренними обстоятельствами за высокую работоспособность <http://www.improvement.ru/bibliot/kozlovsk.shtm>
59. Методы инвентаризации и анализа организационного времени. <https://megapredmet.su/2-2997.html>
60. Методы инвентаризации и анализа личного времени. <https://invest-currency.ru/finansovyj-analiz/algorithm-inventarizatsii-i-analiza-vremeni.html>
61. Брайан Трейси - Результативный Тайм-Менеджмент. <https://www.youtube.com/watch?v=RZ3VQd3CG2A>
62. Как правильно провести хронометраж рабочего времени. https://nsovetnik.ru/grafik_i_uchet_rabocheho_vremeni/kak_pravilno_provest_i_hronometrazh_rabocheho_vremeni/
63. Инструменты тайм-менеджмента: Хронометраж. <http://dolinova.blog/archives/849>
64. Группировка задач в тайм-менеджменте. <https://time-blog.ru/gruppirovka-zadach-v-tajm-menedzhmente/>
65. Распределение дел во времени. <http://www.improvement.ru/bibliot/shuhova/14time.shtm>
66. Критерии хорошего анализа <http://datascientist.one/kriterii-xoroshego-analiza/>
67. Лялик О. Книга-тренер по тайм-менеджменту. <https://www.klex.ru/dtu>
68. Прентис Стив — «Интегрированный тайм-менеджмент» <https://www.klex.ru/22m>
69. Берд Полли — «Тайм-менеджмент» <https://www.klex.ru/5fc>
70. Методы анализа затрат рабочего времени <https://mydocx.ru/5-75481.html>
71. Изучение затрат рабочего времени <https://intuit.ru/studies/courses/3515/757/lecture/29496>
72. Анализ затрат рабочего времени (обработка собранных данных). https://vuzlit.ru/118432/analiz_zatrat_rabocheho_vremeni_obrabotka_sobran_nyh_dannyh
73. Как рассчитать затраты рабочего времени. <https://hr-portal.ru/article/kak-rasschitat-zatraty-rabocheho-vremeni>
74. Ключевые аспекты целеполагания <https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=174>
75. Что такое цель, какие бывают и как возникают? <https://wikigrowth.ru/razvitie/czel/>
76. Цель и виды целей по срокам достижения <https://www.mental-skills.ru/dict/tsel/>
77. Какими бывают цели в организации: основные виды с примерами. <https://worktek.ru/blog/30400-Kakimi-byvayut-celi-v-organizacii-osnovnye-vidy-s-primerami>

78. Виды целей. http://infomanagement.ru/lekciya/Vidy_celej
79. Свойства целей - Энциклопедия по экономике <https://economy-ru.info/info/192108/>
80. Свойства и требования к целям <http://infomanagement.ru/referat/180/4>
81. Характеристики целей <http://www.market-pages.ru/planirivanie/5.html>
82. Главные и второстепенные цели http://chugreev.ru/st-principle/goals_4.html
83. Детализация целей <https://intuit.ru/studies/courses/1154/151/lecture/4220?page=3>
84. Как ставить цели, которые работают https://kartaslov.ru/книги/Александр_Жакупов_SMART_2_0_Как_ставит_ь_цели_которые_работают/2
85. Требования к реализации функции целеполагания <http://www.nlp.ee/library-75961/sbornikstatei/biznesstaji/4861-2010-01-14-14-16-05>
86. Целеполагание <https://4brain.ru/time/ceji.php>
87. Целеполагание: процесс, методы и 5 ошибок <https://blog.molodost.bz/development/celepolaganie/>
88. Технология постановки цели <https://helpiks.org/3-4279.html>
89. 3 проверенные техники для достижения целей <https://mel.fm/blog/mariya-afanasyeva1/39746-3-proverennyye-tehniki-dlya-dostizheniya-tseley>
90. Постановка целей в организации <https://smartreading.ru/blog/samorazvitie/postanovka-celej-v-organizacii>
91. Что такое приоритетные цели? <https://staff.wikireading.ru/63221>
92. Тайм-блог. Приоритет. <https://time-blog.ru/terminy/prioritet/>
93. Приоритезация личных целей и дел. <https://manprogress.com/ru/methods/prioritization.html>
94. Жизненные приоритеты: как правильно расставить приоритеты в жизни <https://uspeshnick.ru/zhiznennye-prioritety-i-tseli-cto-eto-takoe-kak-peresmotret-kakie-byvayut-zadachi-i-kak-nauchitsya-ih-rasstavlyat-pravilnaya-rasstanovka-prioritetnyh-zadachi-prioritizatsiya-v-zhizni-i-rabote/>
95. Планирование дел: составление списков и приоритезация <https://4brain.ru/time/plan.php>
96. 10 золотых правил планирования своего времени <https://zen.yandex.ru/media/id/5b96f773aa006a00ac5b5608/10-zolotyh-pravil-planirovaniia-svoego-vremeni-5b9701d606d85100aeeebd8a>
97. В чём польза планирования и как правильно распределять свои задачи <https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2015/08/14/v-chyom-polza-planirovaniya-i-kak-pravilno-raspredelyat-svoi-zadachi/>
98. Планирование дня: правила, методы, примеры <https://blog.molodost.bz/relation/planirovanie-dnya/>
99. Системы Планирование времени <https://www.leadertask.ru/content/view/568>
100. 11 альтернатив стандартному планированию <https://l-a-b-a.com/blog/show/50>
101. Библиотека учебной и научной литературы. Установление приоритетов с помощью АБВ – анализа <http://sbiblio.com/biblio/archive/upravlenie/02.aspx>
102. 13 приложений для эффективного тайм-менеджмента https://skillbox.ru/media/growth/13_prilozheniy_dlya_effektivnogo_taym_menedzhmenta/
103. 5 принципов: Гибкое и жесткое планирование дел ежедневно http://markov-a.ru/stati/efficiency/planirovanie/5_principov_zhestkoe_i_gibkoe_planirovanie_del_sis_tema_ezhednevnogo_kalendarsnogo_planirovaniya/
104. Матрица приоритетов Эйзенхауэра как метод тайм-менеджмента. <https://directsalez.ru/matritsa-del-eyzenhauera-kak-metod-optimizatsii-lichnogo-vremeni/>
105. Как расставить приоритеты и понять, что для вас важно: восемь советов <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2020/01/03/kak-rasstavit-prioritety-i-ponyat-sovetov/>

- cto-dlya-vas-vazhno-vosem-sovetov/
106. Расстановка приоритетов <https://salid.ru/journal/tajm-menedzhment-rukovoditelya>
 107. Тайм-менеджмент: советы и инструменты <https://netology.ru/blog/tajm-menedzhment-sovety>
 108. 25+ самых эффективных техник тайм-менеджмента <https://iklife.ru/samorazvitie/tehniki-tajm-menedzhmenta.html>
 109. Расстановка приоритетов в тайм-менеджменте <https://zhazhda.biz/base/rasstanovka-prioritetov-v-tajm-menedzhmente>
 110. Как расставить приоритеты <https://4brain.ru/blog/kak-rasstavit-prioritety/>
 111. Расставьте приоритеты и управляйте временем <https://vc.ru/hr/103727-rasstavte-prioritety-i-upravlyayte-vremenem>
 112. Как взять под контроль свое время и жизнь <https://ru.wikihow.com/взять-под-контроль-свое-время-и-жизнь>
 113. Как контролировать свое время, планировать и работать эффективнее <http://kolash.ru/kak-kontrolirovat-svoe-vremya-planirovat-i-vse-uspevat/>
 114. Как контролировать свое время <https://www.kakprosto.ru/kak-11521-kak-kontrolirovat-svoe-vremya>
 115. Способы повышения эффективности коммуникаций <https://lektsia.com/7x3b56.html>
 116. Факторы повышения эффективности коммуникаций https://studme.org/50404/menedzhment/factory_povysheniya_effektivnosti_kommunikatsiy
 117. Основы повышения эффективности коммуникаций <https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/slogan.htm>
 118. Приемы повышения эффективности коммуникаций <https://lektsii.org/10-100968.html>
 119. 11 простых лайфхаков, которые могут значительно повысить эффективность работы. <https://hr-elearning.ru/11-povysit-effektivnost-raboti/>
 120. Как повысить эффективность и выжать из коллектива больше <https://www.insales.ru/blogs/university/kak-vyzhat-iz-kollektiva-bolshe>
 121. Методы повышения эффективности сотрудников <https://blog.likecentre.ru/komanda/metody-povysheniya-effektivnosti-sotrudnikov/>
 122. 10 СОВЕТОВ, ЧТОБЫ ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НА РАБОТЕ <https://psy.systems/post/10-sovetov-ctoby-povysit-effektivnost-v-rabote>
 123. Как повысить эффективность работы? <https://easywork.com.ua/kak-povysit-jeffektivnost-raboty.html>
 124. 20 эффективных техник тайм-менеджмента. <https://lifehacker.ru/texniki-tajm-menedzhmenta/>
 125. Тайм-менеджмент: 21 совет как эффективно управлять своим временем <https://cameralabs.org/4979-tajm-menedzhment-21-sovet-kak-effektivno-upravlyat-svoim-vremenem>
 126. 100 приемов по управлению временем, вниманием и энергией <https://habr.com/ru/post/242317/>
 127. Как все успевать: эффективный тайм-менеджмент и 8 принципов отношения ко времени <https://4brain.ru/blog/kak-vse-uspevat/>
 128. Новак Б.В. — «Тайм-менеджмент на компьютере» <https://www.klex.ru/1zh>
 129. Как работать с информацией осмысленно? <https://newtonew.com/science/kak-rabotat-s-informaciey-osmyslenno>
 130. Работа с интернет-источниками <https://bibloid.ru/kursach/bibliography/sources.html>

131. Интернет - главный пожиратель времени
132. <https://psixologiya.org/socialnaya/samorazvitie/2147-internet-glavnyj-pozhiratel-vremeni.html>
133. Работа с информацией <https://4brain.ru/critical/information.php>
134. Как правильно искать информацию в интернете? <https://yandex.ru/turbo/internet-technologies.ru/s/articles/newbie/kak-pravilno-iskat-informaciyu-v-internete.html>
135. Работа с информацией в Интернете https://lawbooks.news/informatika_961/rabota-informatsiey-internete-60313.html
136. 7 простых советов повышения эффективности при работе с почтой <http://tvoe-reshenie.com/7-prostyih-sovetov-povyisheniya-effektivnosti-pri-rabote-s-pochтой/>
137. 6 советов по эффективной работе с электронной почтой <https://4brain.ru/blog/работа-с-электронной-почтой/>
138. Как повысить эффективность работы с электронной почтой в 2 раза? <https://bogushtime.com/blog/kak-povysit-effektivnost-raboty-s-elektronnoy-pochтой-v-2-raza>
139. 12 советов по использованию электронной почты для повышения личной продуктивности <https://habr.com/ru/company/mbaconsult/blog/289954/>
140. Как повысить свою эффективность, если вы работаете удаленно из дома <https://pro-banking.ru/blog/kak-povysit-svou-effektivnost-esli-vy-rabotaete-udalенно-iz-doma>
141. 8 советов тем, кто хочет использовать соцсети только с пользой для себя <https://lifehacker.ru/8-sovetov-tem-kto-khochet-ispolzovat-socseti-tolko-s-polzоj-dlya-sebya/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

При выполнении заданий, необходимо ориентироваться на содержание лекционного материала заданий – суть и назначение заданий связаны с содержанием тем дисциплины.

Задание 1

Провести анализ – из чего складывается Ваш рабочий день. Вспомнить и проанализировать с начала календарного года Ваше время по неделям, % который Вы помните. Ключевые достижения за это время.

Ориентируйтесь на Ваши воспоминания, при затруднениях – пользуйтесь источниками, которые могут являться подсказкой.

Задание 2

Помехи личного времени.

Выберите из предложенного Л. Зайвертом списка пять наиболее характерных помех, которые чаще всего встречаются в привычной для вас деятельности. Насколько сильно эти помехи мешают достижению цели и замедляют вашу деятельность? Пытались ли Вы с ними бороться? Каким образом, с каким результатом?

Выполните задание не спеша и дважды, сделав перерыв в рассуждениях не менее 1 дня.

Еще раз прочитайте список помех Л. Зайверта. Предложите помехи, которые характерны именно для вашей деятельности, но которых нет в предложенном списке.

Задание 3

Провести инвентаризацию и качественный анализ личного времени на протяжении 2 недель, одним из методов указанным в лекционной части и пользуясь рекомендациями при проведении инвентаризации времени.

Необходимо будет обосновать выбранный Вами метод.

Проведите качественный анализ времени и представьте полученные результаты, пока не выстраивая план действий на основе анализа (это будет осуществляться с учетом изложения следующей темы дисциплины).

Задание 4

Выберите какую-нибудь существующую цель и проверьте качество ее постановки с помощью пяти критериев SMART.

Используя технологию SMART, разработайте новую для вас цель.

Задание 5

Ситуационный анализ Зайверта.

При выполнении задания, отвечайте на вопросы на которые в состоянии сейчас ответить. Подумайте – как объем вопросов на которые Вы смогли ответить т содержание ответов связано с Вашим целеполаганием и принятием решений о расстановке приоритетов в отношении дел во времени.

Задание 6

SWOT анализ себя по критериям (профессиональные, личные качества), Матрица Ансофа себя.

Задание должно способствовать пониманию целеполагания и выработке направлений и действий, которые лягут в основу планирования действий во времени и выработки понимания приоритетности задач.

Для выполнения каждого задания требуется не менее 2-3 часов спокойной обстановки.

Задание 7

Спланировать подготовку к сессии методом «Альпы». Спланировать время до конца семестра или года с помощью метода «Планирование через приоритеты».

Задание выполняется в соответствии с рекомендациями лекционной части темы.

Задание 8

Осуществить контроль одного из аспектов тайм-менеджмента (по выбору) – самоменеджмент или процесса или результата в тайм-менеджменте.

Задание выполняется в соответствии с рекомендациями лекционной части темы.

Необходимо выбрать актуальный для Вас сейчас процесс тайм-менеджмента, обосновав свой выбор. Охарактеризуйте процесс контроля и его результаты. Выводы контроля представьте в виде основания для принятия управленческих решений.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Microsoft PowerPoint - приложение для подготовки презентаций

Microsoft Teams (или Zoom и его аналоги)

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)<https://lms-3.kantiana.ru/course/view.php?id=174>
3. <http://elibrary.ru/> - научная электронная библиотека ELibrary
4. <http://www.springerlink.com/home/main.mpx> - одна из ведущих мировых интерактивных баз SpringerLink
5. <http://www.polpred.com/> - База данных полнотекстового обзора прессы и аналитики на русском языке «Экономика и связи с Россией»
6. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.
- 4) При реализации курса в онлайн-формате необходим компьютер с техническими возможностями реализации Microsoft PowerPoint, Microsoft Teams (или Zoom и его аналоги).

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»


Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.


В.В. Алтушина
« 03 » 2021 г.



«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.


Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Теория вероятностей и математическая статистика»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Теория вероятностей и математическая статистика»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса	5
4.2. Тематика практических занятий	6
4.3. Тематика самостоятельных работ	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	12
6.3.1 Тестовые задания	12
6.3.2 Задачи.....	14
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	18
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	19
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	20
7.1. Основная учебная литература	20
7.2. Дополнительная учебная литература	20
7.3. Для самостоятельного изучения.....	20
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	21
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	21
<i>Рекомендации по выполнению домашнего задания.</i>	22
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	22
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	23

Наименование дисциплины (модуля)**«Теория вероятностей и математическая статистика»****1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»**

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - основные методы теории вероятностей и математической статистики при построении и исследовании вероятностных моделей реальных экономических процессов и явлений. - основные вероятностные и статистические модели	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Уметь: - применять методы теоретического и экспериментального исследования для решения экономических задач - строить стандартные вероятностные и статистические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты		
Владеть: навыками расчёта числовых характеристик случайных величин, обработки и анализа статистического материала - методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: курс «Теория вероятностей и математическая статистика» представляет собой дисциплину базовой части (Б1.О.04) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-2	Математика	Теория вероятностей и математическая статистика	Статистика Финансовый менеджмент Бухгалтерский учет Экономическая безопасность Маркетинг

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
			Маркетинговые исследования Маркетинговый анализ Поведение потребителей Маркетинговое консультирование

Дисциплина изучается: на 1 курсе во 2 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	8
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	72,25
Самостоятельная работа	143,65
Часов, всего	216
Зачетных единиц, всего	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Контроль самостоятельно работы	Промежуточная аттестация

		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа
Основные понятия и теоремы теории вероятностей	35	8	10	2	14	1		
Случайные величины	33	4	10	4	14	1		
Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.	31	2	10	4	14	1		
Многомерные случайные величины	32	2	10	4	14	2		
Закон больших чисел и предельные теоремы	39	6	10	8	14	1		
Статистические методы обработки экспериментальных данных.	45	10	10	10	13	2		
Итого	216	32	60	32	83	8	0,25	0,75
Контактная работа	72,25	32		32		8	0,25	
Самостоятельная работа	143,75		60		83			0,75
Промежуточная аттестация	зачет							

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основные понятия и теоремы теории вероятностей	Основные понятия теории вероятностей. Пространство элементарных событий. Классическое и статистическое определение вероятности. Вероятностное пространство. Свойства вероятности. Теоремы сложения и умножения. Независимость событий. Формула полной вероятности и формула Байеса. Схема Бернулли.
2	Случайные величины	Дискретные случайные величины, примеры (гипергеометрическое, геометрическое, биномиальное распределение, распределение Пуассона). Закон распределения. Многоугольник распределения. Функция распределения и её свойства. Абсолютно непрерывные случайные величины, примеры (равномерное, показательное, нормальное). Функция распределения, плотность вероятности и их свойства. Математическое ожидание и дисперсия. Начальные и центральные моменты, применение моментов.

		Асимметрия и эксцесс случайной величины. Мода и медиана случайной величины.
3	Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.	Нормальный закон распределения. Стандартный нормальный закон. Нормальная кривая. Вероятность попадания в заданный интервал. Распределения χ^2 , Стьюдента и Фишера-Снедекера, их связь с нормальным законом распределения.
4	Многомерные случайные величины	Дискретные и непрерывные системы случайных величин. Закон распределения. Функция распределения и её свойства. Плотность распределения и её свойства. Математическое ожидание. Зависимость между случайными величинами. Зависимые и независимые случайные величины. Коэффициент корреляции и его свойства. Корреляционная и ковариационная матрицы и их применение в экономических приложениях
5	Закон больших чисел и предельные теоремы	Теорема Пуассона. Теоремы Муавра-Лапласа. Неравенство Чебышева. Теорема Чебышева, теорема Бернулли. Закон больших чисел и его следствие. Особая роль нормального распределения: центральная предельная теорема.
6	Статистические методы обработки экспериментальных данных.	Вариационный ряд. Полигон. Гистограмма. Выборочная функция распределения и выборочные числовые характеристики (среднее, дисперсия, начальные и центральные моменты, асимметрия, эксцесс, мода, медиана). Понятие статистической оценки. Свойства оценок: состоятельность, несмещённость, эффективность. Метод моментов. Метод максимального правдоподобия. Определение эффективных оценок с помощью неравенства Рао-Крамера. Метод доверительных интервалов. Статистическая гипотеза и общая схема её проверки.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основные понятия и теоремы теории вероятностей.	Классическое и статистическое определение вероятности. Свойства вероятности. Теоремы сложения и умножения. Независимость событий. Формула полной вероятности и формула Байеса. Схема Бернулли.
2	Случайные величины	Дискретные случайные величины. Непрерывные случайные величины. Функция распределения, плотность вероятности и их свойства. Математическое ожидание и дисперсия. Начальные и центральные моменты. Применение моментов. Асимметрия и эксцесс случайной величины.

3	Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.	Нормальный закон распределения. Стандартный нормальный закон. Нормальная кривая. Вероятность попадания в заданный интервал
4	Многомерные случайные величины	Дискретные и непрерывные системы случайных величин. Закон распределения. Функция распределения и её свойства. Плотность распределения и её свойства. Математическое ожидание. Зависимость между случайными величинами. Зависимые и независимые случайные величины. Коэффициент корреляции и его свойства. Корреляционная и ковариационная матрицы и их применение в экономических приложениях.
5	Закон больших чисел и предельные теоремы	Теорема Пуассона. Теоремы Муавра-Лапласа. Неравенство Чебышева. Теорема Чебышева, теорема Бернулли. Закон больших чисел и его следствие.
6	Статистические методы обработки экспериментальных данных.	Вариационный ряд. Полигон. Гистограмма. Выборочная функция распределения и выборочные числовые характеристики (среднее, дисперсия, начальные и центральные моменты, асимметрия, эксцесс, мода, медиана). Свойства оценок: состоятельность, несмещённость, эффективность. Метод моментов. Метод максимального правдоподобия. Определение эффективных оценок с помощью неравенства Рао-Крамера. Метод доверительных интервалов.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1	Случайные величины	Дискретные и абсолютно непрерывные случайные величины. Функция распределения и её свойства. Математическое ожидание. Дисперсия. Мода. Медиана.
2	Схема Бернулли	Предельные теоремы Пуассона и Муавра-Лапласа.
3	Обработка результатов наблюдений.	Вариационные ряды и их характеристики. Полигон. Гистограмма.
4	Статистическое оценивание неизвестных параметров распределения.	Статистическое оценивание неизвестных параметров распределения методами моментов, наибольшего правдоподобия, наименьших квадратов. Эффективные оценки.
5	Проверка статистических	Проверка статистических гипотез.

	гипотез	
--	---------	--

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Матрица и определители	Матричный анализ в экономике. Вычисление ранга матрицы методом элементарных преобразований. Неизменность ранга при элементарных преобразованиях.
2.	Системы линейных уравнений	Геометрическая интерпретация систем линейных уравнений в случае двух или трех неизвестных. Ненулевые решения однородной системы уравнений.
3.	Элементы аналитической геометрии	Полярная системы координат. Построение кривых второго порядка в полярной системе координат.
4.	Производная и дифференциал функции одной переменной	Иллюстрация экономического смысла второй производной.
5.	Интегрирование	Формула Ньютона-Лейбница, вычисление определённого интеграла по частям и подстановкой. Некоторые геометрические приложения определённого интеграла.
6.	Дифференциальные уравнения	Однородные дифференциальные уравнения первого порядка. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения первого порядка. Составление дифференциальных уравнений для простейших финансово-экономических задач

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных

Код компетенции	Содержание компетенции
	информационно-аналитических систем

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Основные понятия и теоремы теории вероятностей.	ОПК-2	решение задач		письменно устно
Случайные величины	ОПК-2	решение задач		письменно устно
Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.	ОПК-2	решение задач, тестирование		письменно устно
Многомерные случайные величины	ОПК-2	решение задач		письменно устно
Закон больших чисел и предельные теоремы	ОПК-2	решение задач		письменно устно
Статистические методы обработки экспериментальных данных.	ОПК-2	решение задач		письменно устно
	ОПК-2		зачет	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК-2	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Ознакомлен с основными структурообразующими элементами базового курса теории вероятности и математической статистики. Умеет использовать различные методы (метод Гаусса, метод Крамера, матричный метод) предназначенные для решения систем линейных уравнений. Умеет выполнять операции дифференцирования, интегрирования, знаком со схемой исследования функции. Умеет проводить последовательные алгебраические операции для сведения простейших типов обыкновенных дифференциальных уравнений к интегрируемому виду.	1-8
2	Владеет навыками выполнения математических операций, составляющих аппарат дифференциального и интегрального исчисления, математической лексикой, умением читать и анализировать математическую литературу, приобретать новые математические знания, необходимые для решения конкретных задач макроэкономики и инвестиционной деятельности.	1-8

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
способность выбирать инструментальные средства для обработки вероятностных экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы	Компетенция сформирована. Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности и устойчивого практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка	Решение задач, тестирование, Экзамен

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать сформированной на высоком уровне.

свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	положительно, но на низком уровне	стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	-----------------------------------	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Тема 3. Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях. .

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Случайные события А и В, удовлетворяющие условиям $P(A)=0,3$, $P(B)=0,5$, $P(AB)=0,1$, являются...

Зависимыми независимыми несовместными
противоположными

2. Событие, состоящее в одновременном появлении событий А и В, является...

А+В АВ А-В А

3. Монета брошена 2 раза. Тогда вероятность того, что орел выпадет хотя бы один раз, равна ...

0,5 0,75 1 0,25

4. На плоскости начерчены две concentрические окружности, радиусы которых 2см и 5см соответственно. Найдите вероятность того, что точка, брошенная наудачу в большой круг, попадет также и в кольцо, образованное построенными окружностями.

5. По оценкам экспертов вероятности банкротства для двух предприятий, производящих разнотипную продукцию, равны 0,1 и 0,15. Тогда вероятность банкротства обоих предприятий равна...

0,25 0,015 0,765 0,15

6. При сборке телевизоров используется 20% импортных и 80% российских деталей. Среди импортных комплектующих 0,9 стандартных, среди российских - 0,95. Тогда вероятность того, что телевизор, взятый наудачу из собранных, удовлетворяет стандарту, равна ...

0,18 0,76 0,94 0,5

7. Вероятность появления события А в 10 независимых испытаниях, проводимых по схеме Бернулли, равна 0,8. Тогда дисперсия числа появлений этого события равна...

8 1,6 0,08 0,16

8. Прибор содержит 100 микросхем. Вероятность выхода из строя каждой микросхемы равна 0,01. Для вычисления вероятности того, что вышли из строя менее двух микросхем, следует использовать...

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1) интегральную формулу Муавра-Лапласа | 2) локальную формулу Муавра-Лапласа |
| 3) формулу Пуассона | 4) формулу полной вероятности |

9. Пусть X – дискретная случайная величина, заданная законом распределения вероятностей:

X	-2	0	2
P	0,3	0,4	0,3

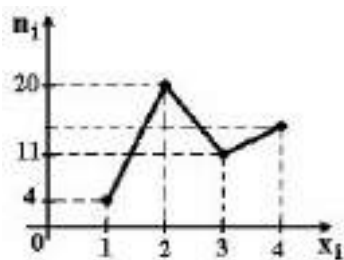
Тогда математическое ожидание и дисперсия этой случайной величины равны ...

2 и 0,12 2 и 0,36 0 и 2,4 0,4 и 1,0

10. Случайная величина распределена равномерно на интервале (10;13). Тогда ее математическое ожидание соответственно равно ...

11 11,5 10 12

11. Из генеральной совокупности извлечена выборка объема n=50, полигон частот которой имеет вид



Тогда число вариант $x_4=4$ в выборке равно...

50 15 16 14

12. Moda вариационного ряда 1,2,2,3,4,5 равна...

1 3 2 5

13. По статистическому распределению случайной величины X , полученному в результате выборки объема $n=60$

x_i	-1	0	1
n_i	15	30	15

Найдите выборочную дисперсию случайной величины $4X-3$

14. Проведено четыре измерения (без систематических ошибок) некоторой случайной величины (в мм): 5, 6, 9, 12. Тогда несмещенная оценка математического ожидания равна...

5 7 4 8

15. Точечная оценка математического ожидания нормального распределения равна 10. Тогда его интервальная оценка может иметь вид ...

(8,4; 10) (8,5; 11,5) (8,6; 9,6) (10; 10,9)

6.3.2 Задачи

Тема 1. Основные понятия и теоремы теории вероятностей.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. В партии из 18 деталей имеется 8 стандартных. Случайным образом выбраны 14 деталей. Найти вероятность того, что среди отобранных деталей ровно 7 стандартных.
2. В каждой из трех урн содержится 6 белых и 4 черных шара. Из первой урны наудачу извлечен один шар и переложен во вторую урну, после чего из второй наудачу извлечен шар и переложен в третью урну. Найти вероятность того, что наудачу выбранный шар из третьей урны окажется белым.

3. На плоскости начерчены две концентрические окружности, радиусы которых $r = 5$ и $R = 25$ соответственно. Найдите вероятность того, что точка, брошенная наудачу в большой круг, попадет так же и в кольцо, образованное построенными окружностями.
4. При одном цикле обзора радиолокационной станции объект обнаруживается с вероятностью p . Обнаружение объекта в каждом цикле происходит независимо от других. Найти вероятность того, что при k циклах объект будет обнаружен.
5. Вероятность хотя бы одного попадания в мишень при 13 выстрелах равна 0,55. Найти вероятность попадания при одном выстреле.

Тема 2. Случайные величины.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. В урне имеются четыре шара под номерами 1,2,3. Вынули один за другим 2 шара. Найти ряд распределения, функцию распределения, математическое ожидание и дисперсию разности номеров вынутых шаров.
2. Плотность распределения случайной величины ξ имеет вид

$$f(x) = a e^{-|x|} \quad (-\infty < x < \infty).$$

Найти параметр a , функцию распределения, математическое ожидание, дисперсию, моду и медиану этой случайной величины.

3. Вероятность поломки каждого из 50 работающих станков равна 0,08. Какова вероятность одновременной поломки более 3 станков?
4. Вероятность того, что клиент банка не вернёт заём в период экономического подъёма, равна 0,04 и 0,13-в период экономического кризиса. Предположим, что вероятность того, что начнётся период экономического роста, равна 0,65. Чему равна вероятность невозвращения полученного кредита?
5. Многократно измеряют некоторую величину. Вероятность того, что эта величина по модулю не превзойдёт 10, равна 0,99. Найти систематическую ошибку прибора, если среднеквадратическая ошибка измерений равна 1 и ошибки измерения распределены по нормальному закону.

Тема 3. Модели законов распределения, наиболее часто употребляемые в социально-экономических исследованиях.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Рыбак забросил спиннинг 80 раз. Какова вероятность того, что он поймал хотя бы одну рыбу, если одна рыба приходится в среднем на 200 забрасываний?
2. Случайная величина X равномерно распределена на интервале $(-a, a)$. Найти математическое ожидание и дисперсию случайной величины $Y = 5X - 2a$.
3. Известно распределение случайного вектора (X, Y)

	$X = 2$	$X = 4$	$X = 6$
$Y = -2$	0,1	0,1	0,3

$Y = -4$	0,2	0,2	0,1
----------	-----	-----	-----

Выясните, зависимы ли события $XY \neq 0$ и $X + Y = 0$.

Найдите ковариацию X и Y , ряд распределения величины $Z=X+Y$.

- В здании включено 2000 ламп. Вероятность перегорания каждой равна 0,05. Найти вероятность того, что перегорит не более 50. Оценить вероятность того, что абсолютная величина разности между числом работающих ламп и средним числом исправных ламп, окажется меньше 40.
- Производится 12 независимых испытаний с вероятностью успеха 0,1 в каждом испытании. Пусть X – число успехов в испытаниях с номерами 1,2,...,6, Y – число успехов в испытаниях с номерами 4,5,...,12. Найдите дисперсию $D[X+2Y]$.

Тема 4. Многомерные случайные величины.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

- В урне имеются четыре белых шара и два красных. Вынули один за другим 2 шара. Найти ряд распределения, функцию распределения, математическое ожидание количества красных шаров среди вынутых шаров. Построить многоугольник распределения.
- Два спортсмена играют в теннис. Вероятность выигрыша первого равна 0,8. Найти вероятность выигрыша первого не менее четырёх раз, если играется 5 партий.
- В урне имеются четыре шара под номерами 1,2,3,4. Вынули один за другим 2 шара. Найти ряд распределения, функцию распределения, математическое ожидание и дисперсию модуля разности номеров вынутых шаров.
- Плотность распределения случайной величины ξ имеет вид

$$p(x) = \begin{cases} a \cos(x - \pi/4), & \text{если } x \in [-\pi/4, 3\pi/4] \\ 0, & \text{если } x \notin [-\pi/4, 3\pi/4] \end{cases}$$

Найти параметр a , функцию распределения, математическое ожидание, дисперсию, моду и медиану этой

- Вероятность поломки каждого из 50 работающих станков равна 0,08. Какова вероятность одновременной поломки более 3 станков?
- Вероятность того, что клиент банка не вернёт заём в период экономического подъёма, равна 0,04 и 0,13-в период экономического кризиса. Предположим, что вероятность того, что начнётся период экономического роста, равна 0,65. Чему равна вероятность невозвращения полученного кредита?
- При введении вакцины против полиомиелита иммунитет создается в 99.99% случаях. Определите вероятность P того, что из 10000 вакцинированных детей заболеют 1.
- Вероятность того, что изделие окажется высшего сорта, равна 0,8. Какова вероятность того, что при контроле качества 100 изделий окажется ровно 82 изделия высшего сорта?
- Плотность случайной величины ξ равна

$$P(x) = \begin{cases} \frac{1}{2}x & \text{при } 0 \leq x \leq 2, \\ 0 & \text{в ост. сл.} \end{cases}$$

Вычислить $P(|\xi - M\xi| < 0,5)$

Тема 5. Закон больших чисел и предельные теоремы

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

1. Определение скорости самолёта проведено при 5 испытаниях, в результате которых средняя скорость 870,3 метра в секунду. Найти доверительный интервал 3% уровня значимости для скорости самолёта, если известно, что рассеивание скорости подчинено нормальному закону со среднеквадратическим отклонением 1,4 метра в секунду.
2. Произведено 300 испытаний, в каждом из которых неизвестная вероятность p появления события A постоянна. Событие A появилось в 250 испытаниях. Найти доверительный интервал, покрывающий неизвестную вероятность p с надёжностью 0,95.
3. Найти доверительный интервал 3% уровня значимости для параметра λ распределения Пуассона, если известна выборка x_1, x_2, \dots, x_n . ($n > 100$)
4. С автоматической линии, производящей подшипники, было отобрано 100 штук, причём 10 оказались бракованными. Найти доверительный интервал для вероятности того, что произвольно выбранный подшипник окажется бракованным. Принять уровень значимости 5%.

Тема 6. Статистические методы обработки экспериментальных данных.

Проверяемые компетенции

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Записать дискретный и интервальный вариационный ряд, эмпирическую функцию распределения, построить полигон, гистограмму, вычислить выборочное среднее, выборочную дисперсию, выборочную асимметрию, выборочный эксцесс.

1. Исследование возрастного состава работников предприятия приведены в таблице

Возраст, лет	16-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-65
Количество работников	18	135	179	230	277	161

2. При измерении размера детали получены следующие данные

Ширина, мм	3,5	3,6	3,8	3,9	4,0	4,2	4,3	4,4	4,5
Число появлений	6	8	9	27	29	23	17	11	10

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «хорошо» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: «зачтено», «не зачтено».

Проверяемые компетенции:

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
-------	--

Вопросы к зачету:

1. События. Операции над событиями.
2. Классическое определение вероятности.
3. Геометрическое определение вероятности.
4. Статистическое определение вероятности.
5. Основные свойства вероятности.
6. Теорема сложения вероятностей.
7. Условная вероятность.
8. Теорема умножения вероятностей.
9. Независимые события и их основные свойства.
10. Формула полной вероятности.
11. Формула Байеса.
12. Биномиальное распределение.
13. Локальная предельная теорема Муавра-Лапласа.
14. Интегральная предельная теорема Муавра-Лапласа.

15. Теорема Пуассона.
16. Функция распределения одномерной случайной величины и ее свойства.
17. Плотность распределения одномерной случайной величины и ее свойства.
18. Независимость случайных величин.
19. Математическое ожидание случайной величины и его свойства.
20. Дисперсия случайной величины и ее свойства.
21. Начальный и центральный моменты случайной величины.
22. Ковариация случайных величин и ее свойства.
23. Коэффициент корреляции случайных величин и его свойства.
24. Нормальный закон распределения.
25. Неравенство Чебышева.
26. Центральная предельная теорема.
27. Закон больших чисел. Теорема Бернулли.
28. Вариационный и статистический ряд, Полигон и гистограмма.
29. Эмпирическая функция распределения и ее свойства
30. Выборочное среднее и его свойства.
31. Выборочная дисперсия и ее свойства.
32. Статистическая оценка. Несмещенные оценки. Примеры несмещенных оценок.
33. Состоятельные оценки. Примеры.
34. Эффективные оценки.
35. Метод доверительных интервалов.
36. Общая схема проверки гипотез.

КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

«зачтено» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«не зачтено» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение тестовых заданий и задач, а так же посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по четырехбалльной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов.

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

519

Г 559

Гмурман, В. Е.

Теория вероятностей и математическая статистика [Электронный ресурс]: учеб. для прикл. бакалавриата/ В. Е. Гмурман. - 12-е изд.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 479 с.. - (Бакалавр. Прикладной курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-00211-9: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Гмурман, В. Е.

Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике [Электронный ресурс]: учеб. пособие для для бакалавриата и специалитета/ В. Е. Гмурман. - 11-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 406 с.. - (Бакалавр. Прикладной курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-08389-7: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)

Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.3. Для самостоятельного изучения

1. *Балдин К.В.* Теория вероятностей и математическая статистика: учебник / *К.В. Балдин, В.Н. Башлыков, А.В. Рукосуев* - 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2014 (библиотека БФУ им. И.Канта).
2. *Ковалев С.В.* Экономическая математика: Учеб. пособие / *С.В. Ковалев* – М.: КНОРУС, 2010 (библиотека БФУ им. И.Канта).
3. *Корсакова Л.Г.* Высшая математика для экономистов: Учеб. пособие. Ч. 1.- Изд.2-е, испр. и доп. – Калининград: Изд-во КГУ, 2005 (библиотека БФУ им. И.Канта).
4. *Красс М.С., Чупрынов Б.П.* Математика для экономистов.- СПб.: Питер, 2008 (библиотека БФУ им. И.Канта).
5. *Малугин В.А., Фадеева Л.Н.* Количественный анализ в экономике и менеджменте: Учебник.- М.: ИНФРА – М, 2014 (библиотека БФУ им. И.Канта).
6. *Хуснутдинов Р.Ш., Жихарев В.Л.* Математика для экономистов в примерах и задачах: Учеб. пос. – СПб.: «Лань», 2012 (библиотека БФУ им. И.Канта).

7. Шапкин А.С, Шапкин В.А. Задачи с решениями по высшей математике, теории вероятностей, математической статистике, математическому программированию.: Учеб. пос. для бакалавров – 8-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013 (библиотека БФУ им. И.Канта).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.
2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.
4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

9.1. Общие рекомендации

Фундаментальность обучения реализуется путем тщательного отбора учебного материала в соответствии с классическими и современными результатами в области теории вероятностей и математической статистики. Специфика подготовки студентов по специальности учитывается подбором примеров. Основными видами занятий при изучении дисциплины являются: лекции, практические занятия, индивидуальные работы и самостоятельные занятия.

Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины и являются важнейшим видом учебных занятий. На лекциях излагается основное содержание курса, проводится анализ основных математических понятий и методов, доказываются теоремы, следствия, решаются примеры и обсуждаются возможные приложения математических методов.

На практических занятиях обучаемые овладевают основными методами и приемами самостоятельного решения математических задач, методами декомпозиции сложных задач и проведения исследований в группе, а также получают разъяснения теоретических положений курса.

Так как в дисциплине большое внимание уделяется самостоятельной работе, то для студентов проводятся консультации по расписанию, каждому студенту при необходимости могут быть выданы индивидуальные задания на самостоятельную работу, позволяющие углубленно изучить отдельные темы дисциплины.

Преподаватель на практических занятиях контролирует знания обучаемых по теоретическому материалу, изложенному на лекциях, и результаты самостоятельного решения задач, как в часы аудиторных занятий, так и во время самостоятельной работы. Индивидуальные работы развивают у обучаемых навыки проведения исследований с применением математических моделей, правильной организации вычислений и умение пользоваться современными программными средствами при решении математических задач.

Система контрольных мероприятий должна обеспечивать объективную оценку знаний и навыков студентов, способствовать повышению эффективности всех видов учебных занятий, включая и самостоятельную работу.

Под самостоятельной работой следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности студента как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним, в учебной аудитории, и за ее пределами (в том числе и в ходе учебных занятий).

9.2. Рекомендации по организации самостоятельной работы

Рекомендации для студентов

Изучение программы курса. На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу, рекомендуя ту или иную литературу.

В широком смысле под самостоятельной работой студента следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним, в учебной аудитории, и за ее пределами (в том числе и в ходе учебных занятий).

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

При подготовке к аудиторным контрольным работам студентам необходимо повторить материал практических занятий по отмеченным преподавателям темам, а также повторить теоретический материал по данным темам.

Практические работы. При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия, освоить основные понятия и формулы расчета показателей. В течение занятия студент совместно с преподавателем решает задачи, выполнение которых зачитывается как текущая работа студента.

При изучении курса «Теория вероятностей и математическая статистика» необходимо выполнять и вовремя сдавать преподавателю индивидуальные домашние работы. Преподаватель ведёт учёт сданным работам, а также оценивает участие и активность студентов на занятии. Эти результаты учитываются при формировании списка допущенных до экзамена (зачёта), а также определяются студенты, наиболее успешно реализовавшие теоретические знания, полученные на лекциях и практике.

Рекомендации по выполнению домашнего задания.

Промежуточный контроль по дисциплине предусматривает осуществление проверки выполнения домашнего задания.

Перед выполнением домашней работы рекомендуется, предварительно, ознакомиться с теоретической стороной изучаемой, в данный момент, проблемы. Обычно, для домашней работы предлагаются задачи разного уровня сложности. Задачи, рассчитанные на непосредственное применение формул и теорем (с решения этих задач рекомендуется начинать выполнение домашней работы) способствуют лучшему усвоению и запоминанию теоретического материала. Кроме того, в домашнем задании всегда присутствуют задачи, которые требуют от студента не только прочных знаний по программе, но и творческого подхода. Практика решения такого рода задач развивает способности к самостоятельному логическому мышлению и повышает общую математическую культуру

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурыжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Управление брендами»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград

2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Управление брендами»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
1. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий.....	5
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	7
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	8
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Задания.....	14
6.3.4 Темы и порядок выполнения курсовой работы	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	28
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	Ошибка! Закладка не определена.
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	30
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	31
7.1. Основная учебная литература.....	31
7.2. Дополнительная учебная литература.....	31
7.3. Нормативные документы	32
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	32
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	32
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	35
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	36

Наименование дисциплины (модуля)

«Управление брендами»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Управление брендами» является обучение студентов основам создания и эффективного управления брендами как базисному маркетинговому процессу, направленному на достижение и поддержание высокой конкурентоспособности компании.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: методы и инструменты разработки организационно-управленческих решений в области брендинга, формирования марочной политики и управления портфелем брендов	ОПК 3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: применять методы и инструменты управления брендами при обосновании организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости		
Владеть: навыками разработки бренда, управления брендами и их реализации в условиях сложной и динамичной среды, оценивать их последствия		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Управление брендами» представляет собой дисциплину, формируемую участниками образовательного процесса (Б1.В.01), подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК -3	Микроэкономика Макроэкономика Маркетинг Статистика	Управление брендами	Маркетинговый анализ Поведение потребителей Разработка товарной политики Подготовка выпускной квалификационной работы Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на _____2_____ курсе в _____4_____ семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	24
Лабораторные	-
Практические	16
Контролируемая самостоятельная работа	12
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	52,25
Самостоятельная работа	91,75
Часов, всего	144
Зачетных единиц, всего	4

1. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельной работы	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге		4	6	2	10	2		
Тема 2. Разработка бренд-стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда		8	12	6	16	4		
Тема 3. Технология бренд-строительства		8	16	6	14	4		
Тема 4. Методы оценки стоимости бренда.		4	6	2	11,0	2		
Итого	144	24	40,0	16	51,0	12,0	0,25	0,75
Контактная работа	52,25	24		16		12,0	0,25	
Самостоятельная работа	91,75		40,0		51,0			0,75
Промежуточная аттестация		Зачет						

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге	Понятие бренда и торговой марки, составляющие марки (марочное имя, марочный знак). Определение товарного знака. Отличие понятия «бренд» от термина «торговая марка». Двухуровневая концепция продукта. Понятие марочного капитала, ценности торговой марки. Факторы, формирующие ценность торговой марки. Сущность брендинга. Место в маркетинге. Связь «стратегия компании – брендинговая стратегия». Составляющие процесса бренд-менеджмента. Современная расширенная трактовка понятия бренда. Атрибуты бренда, виды атрибутов. Идентичность, ценность, индивидуальность, суть и имидж бренда. Взаимосвязь бренда и товара, их составляющие. Функции бренда с позиции покупателя.
2.	Тема 2. Разработка бренд- стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда	Понятие и структура идентичности бренда. Эффективное предложение ценности бренда.. Ассоциации бренда с организацией – характеристика и модель функционирования. Индивидуальность бренда – концепция «личности». Модель «Большая пятерка» Д.А.Аакера по измерению индивидуальности. Модель взаимоотношений «бренд - клиент». Иерархия брендов. Виды концепции брендов по сфере применения, по принадлежности: «западный брендинг – азиатский брендинг – смешанный (зонтичный) подход». Разработка стратегии бренда. Стратегии частных брендов – цели, характеристика и особенности развития. Планирование стратегии продвижения бренда. Стратегии развития бренда. Франчайзинг, кобрендинг.
3.	Тема 3. Технология бренд- строительства	Понятие бренд-строительства. Основные этапы построения бренда. Бренд-позиционирование. Выбор элементов бренда, критерии выбора, определение идеи бренда. Значение и особенности нейминга.. Процедура разработки и рекомендаций по развитию бренда. Инструменты построения бренда: колесо бренда, пирамида бренда.
4.	Тема 4. Методы оценки стоимости бренда.	Понятие стоимости бренда, ее показатели. Система индикаторов величины капитала бренда и факторы, формирующие ценность. Методы оценки стоимости бренда. Метод первоначальных расходов. Метод добавленной цены. Метод «освобождение от роялти». Рыночная стоимость бренда. Метод остаточной вмененной стоимости. Понятие прибыли бренда.

4.2. Тематика практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге	Система индикаторов величины капитала торговой марки; Анализ факторов, формирующие ценность капитала; Проблемы терминологии брендинга в работах российских и зарубежных авторов; Этапы развития брендинга. Роль и

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		значение бренда в структуре активов компании. Необходимость инвестиций в бренд.
2.	Тема 2. Разработка бренд-стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда	Классификация брендов. Особенности западного и восточного подходов к брендингу. Бренд-ориентированный маркетинг. Структура и матрица бренда. Анализ основных элементов бренда на примере известных мировых брендов Coca-cola, Pepsi, MacDonald's, Apple и др. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Имя. Мифологические корни брендинга. Анализ идентичности на примере известных брендов (BMW, Mercedes, Audi, Lexus, Ferrari), определение их индивидуальности. Франчайзинг, кобрендинг как стратегии развития бренда..
3.	Тема 3. Технология бренд-строительства	Модели разработки бренда. Основные правила создания бренда. Проектирование элементов нового бренда. Поле бренда. Образ, имидж, репутация как атрибуты бренда. Видение торговой марки. Разработка атрибутов бренда. Значение бренд-нейма. Техника имяобразования. Графическое изображение бренда. Фирменный стиль как составная часть брендинга. Построение колеса и пирамиды бренда. Разработка и использование бренд-бука.
4.	Тема 4. Методы оценки стоимости бренда.	Место бренда в структуре маркетинговых активов компании. Активы и ценности бренда. Качественные и количественные методы исследования стоимости бренда. Показатели оценки и определения стоимости бренда. Основные факторы роста стоимости бренда.

4.3. Тематика самостоятельных работ

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге	Проблемы терминологии брендинга в работах российских и зарубежных авторов. Система индикаторов величины капитала бренда. Рейтинги самых дорогих российских и зарубежных брендов. Исторический аспект брэндинга: истоки развития понятия «бренд», использование понятия «бренд» в практике российских компаний. Инструменты правовой защиты торговой марки компании.
2.	Тема 2. Разработка бренд-стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда	Роль бренд-стратегии в корпоративной и маркетинговой стратегии компании. Выбор стратегии бренда. Англо-американская школа брендинга. Японская школа брендинга. Стратегия отдельно стоящих брендов. Мультибрендовая стратегия Франчайзинг, сущность и виды франчайзинга. Примеры развитие франайзинга в России.
3.	Тема 3. Технология бренд-	Роль и правила использования бренд-бука. Особенности нейминга в России.

№ п/п	Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
	строительства	Слоган как эмоциональный элемент бренда. Мерчандайзинг: его роль в брендинге. Пирамида бренда на примере известной ТМ.
4.	Тема 4. Методы оценки стоимости бренда	Расчет стоимости бренда по методологии Interbrand. Оценка стоимости брендов по различным международным методикам. Инвестиции в развитие бренда..

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге	ОПК -3	тестирование кейс		письменно устно
Тема 2. Разработка бренд - стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда.	ОПК -3	тестирование кейс задание		письменно устно
Тема 3. Технология бренд-строительства.	ОПК -3	тестирование кейс задание		письменно устно
Тема 4. Методы оценки стоимости бренда	ОПК -3	тестирование задание кейс		письменно устно
	ОПК -3		Зачет	тест

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК -3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Усвоение основных методов экономического и стратегического анализа в области разработки и управления брендами с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	1,2,3,4
2	Умение использовать методы управления брендом для принятия эффективных управленческих решений	1,2,3,4

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК -3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность анализировать взаимосвязь стратегии бренда с корпоративной и маркетинговой стратегией компании для подготовки эффективных управленческих решений	Знание соответствующих теорий	Знание соответствующих методологии	Умение применять теорию и методологию на практике	тестирование, практические задания, кейс, зачет с оценкой

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи</p>

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкий уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

1. Брендом может выступать:

- услуга
- территория
- личность
- идея
- продукт

2. Функциями бренда согласно трактовке Американской ассоциации маркетинга (AmericanMarketingAssociation) являются:

- Дифференциация от товаров-конкурентов
- Обещание определенного уровня качества продукта
- Обеспечение эмоциональных выгод потребителю бренда
- Идентификация товаропроизводителя

3. Узкая трактовка понятия «Бренд»:

- Ориентируется на функциональные характеристики товара,

указывает на основные функции бренда

- Учитывает эмоциональные выгоды и выгоды самовыражения, получаемые потребителем при использовании бренда
- Включает указание на комплекс ассоциаций с брендом

4. Осведомленность о бренде, лояльность к бренду, воспринимаемое качество, ассоциации с брендом – это:

- Капитал бренда
- Имидж бренда
- Позиция бренда

5. Риск трансформации бренда в родовое название характерен

- для лидеров отрасли либо брендов первых производителей на данном товарном рынке
- для брендов с легко произносимым названием, имеющим тесную связь с товарной категорией
- для брендов

Тема 2. Разработка бренд - стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

1. К идентификационным символам бренда относят:

- Товарный знак
- Рекламное сообщение
- Дизайн упаковки
- Логотип
- Слоган

2. Тесная связь имени бренда с товарной категорией

- Является преимуществом при расширении ассортимента и выхода на новые товарные рынки с продукцией под данным брендом
- Является недостатком при выпуске под данным брендом продукции в другой товарной категории
- Не оказывает существенного влияния на процесс вывода нового товара под существующим брендом

3. TONY & GUY, Procter & Gamble – это

- Частные бренды (Privatelabel)
- Совместные бренды (Co-brand)
- Бренды производителя

4. При определении осведомленности о бренде к зоне «кладбища» относят бренды:

- С низкими показателями подсказанного знания и спонтанного знания
- С высоким подсказанным знанием, но с низким спонтанным знанием
- С нулевыми значениями подсказанного и спонтанного знания
- С низким подсказанным знанием, но с высоким спонтанным знанием

5. Компания, которая предлагает множество различных продуктов с разным уровнем качества на нескольких рынках, хочет обезопасить себя от такой ситуации, когда имя и репутация организации будут связываться с конкретными продуктами. Какую политику в отношении торговых марок следует проводить в таком случае?

- Индивидуальные марки
- Марки для групп товаров.
- Коллективные торговые марки.
- Зонтиковая маркировка.

Тема 3. Технология бренд-строительства

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

1. Разрабатывая стратегию бренда необходимо определить:

- рынок бренда
- сформировать лояльность покупателя к сети
- роль бренда
- суть бренда

2. При определении бренда-лидера в категории целесообразно использовать метод:

- Подсказанное знание – из набора упаковок и логотипов
- Подсказанное знание – из списка имен
- Метод Top-of-mind
- Спонтанное знание брендов названной товарной группы

3. Концепция, привязывающая бренд к конкретному товару, скрывая имя производителя:

- Азиатская концепция брендинга
- Западная концепция брендинга
- Смешанная (зонтичная) концепция

4. Бренды Chanel и Swatch при поддержании идентичности стратегически используют:

- Ассоциации с пользователями
- Ассоциации с ситуациями использования
- Ассоциации со страной и регионом

5. К факторам, определяющим индивидуальность бренда относят:

- Характеристики, относящиеся к товару
- Характеристики, не относящиеся к товару
- Относящиеся и не относящиеся к товару характеристики

Тема 4. Методы оценки стоимости бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их
--------------	---

	реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--	---

1. Метод оценки стоимости бренда Interbrand – это:
 - o Метод, основанный на калькуляции затрат на создание бренда
 - o Метод, учитывающий рыночную конъюнктуру
 - o Метод, основанный на оценке дохода, формируемого брендом
 - o Экспертный метод
- 2.Ценовая премия рассчитывается на основе:
 - o Разницы цены бренда и средней цены на товар в группе
 - o Разницы цены бренда и затрат на производство
 - o Разницы цены с ближайшим конкурентом
3. Функциональные, эмоциональные выгоды, выгоды самовыражения и относительная цена формируют:
 - o Ценовую премию
 - o Предложение ценности брендом
 - o Капитал торговой марки
- 4.На товары PL (private label) традиционно устанавливается цена:
 - o Более низкая, чем на аналоги
 - o Более высокая, чем на аналоги
 - o На уровне брендированных товаров-аналогов
2. Для товаров с уникальными инновационными характеристиками традиционно используют:
 - o Корпоративные бренды
 - o Бренды семейств товаров
 - o Индивидуальные бренды

6.3.2 Задания

Тема 2. Разработка бренд - стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Задание 1. Используя принцип ассоциативного ряда, опишите или изобразите графически образ вашей любимой марки (бренда) безалкогольного напитка и марки (бренда) ее основных конкурентов.

Презентуйте видение данной марки и марки ваших конкурентов участникам своей группы.

Проведите с коллегами фокус-группу, целью которой является выяснить ассоциации вашего бренда-конкурента у коллег по групповой работе, проанализируйте имеющие место «разрывы» с вашим видением.

Подготовьте презентацию.

Задание 2. Предложите перечень мероприятий по изменению стратегии позиционирования бренда компании или одного из ее продуктов ,по вашему выбору, из категории товаров для спорта .

Проанализируйте имеет ли данный бренд потенциал для вхождения в другие товарные категории?

В какие товарные категории может войти данный бренд ?

Какие опасности имеет стратегия растягивания бренда?

Тема 3. Технология бренд-строительства

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Задание 1. Постройте «Пирамиду ценностей бренда» для продукта товарной категории вода питьевая, позиционируемых и продвигаемых на калининградском рынке под брендом «Айсберг». Проанализируйте ценности, которые компания транслирует своим целевым покупателям на каждом уровне этой пирамиды.

Какую стратегию продвижения бренда вы бы предложили данной компании?

Задание 2. Проанализируйте ценности бренда «Залесский фермер», под которым компания производит и реализует продукцию на рынке молочных продуктов. Используйте для этого такие инструменты как «Колесо бренда» и «Пирамида ценности бренда».

Разработайте предложения по стратегии позиционирования данного бренда на целевом рынке.

Подготовьте презентацию по «Колесу бренда» и «Пирамиде бренда».

Тема 4. Методы оценки стоимости бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Задание 1.

Усредненная стоимость магазина одежды – 40–50% объема годовых продаж. Себестоимость составляет 46–52%, оплата труда – 14–18%, аренда помещения – 6–10%, ориентировочный доход – 12–15%. Ключевые факторы – стоимость аренды и оплата труда. Успешными предприятиями в этой категории считаются большие персонализированные магазины одежды, спортивных товаров или товаров для отдыха и досуга.

Выберите на ваше усмотрение бренд магазина товаров для спорта. Используя данные от крытых источников, проанализируйте объемы продаж данного бренда..

По описанной выше структуре затрат и исходя из финансовых показателей, найденных вами в сети интернет, определите стоимость бренда.

Какой метод оценки бренда вы использовали в этом случае?

Задание 2.

Используя информацию из открытых источников сети интернет найдите и проанализируйте рейтинги стоимости ведущих мировых брендов за 2016 год.

Укажите, какой метод оценки стоимости использовался для составления этого рейтинга?

В чем состоят достоинства и недостатки этого метода?

Используя информацию из открытых источников сети интернет составьте рейтинг стоимости ведущих российских брендов за 2016 год. Какой метод оценки стоимости использовался экспертами для оценке стоимости этих брендов?

Почему, по вашему мнению, такая разница в стоимостной оценке российских и зарубежных брендов?

Подготовьте презентацию по результатам вашего анализа.

6.3.3 Решение кейсов.

Тема 1. Брендинг: основные понятия, роль брендинга в маркетинге

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Кейс. Участие скандальной знаменитости в создании обувного бренда

Компания «Джамп Россия» (Санкт-Петербург) задумала создать коллекцию обуви для успешных мужчин 28-40 лет, которые после офисных будней любят неформально развлечься, например, на концертах рок-музыки. Решив сделать лицом новой марки российского рок-музыканта, «Джамп» выбирала из нескольких известных персонажей. Компания начала выпуск обуви, к созданию коллекции которой был привлечен Сергей Шнуров (группа «Ленинград»).

Сергей Шнуров впервые разрешил использовать свою фамилию в качестве торговой марки. «Джамп Россия» заинтересовала музыканта, предложив ему участвовать в создании марки «Jump & Шнуров» – разработке эскизов ботинок, символики и идей для продвижения.

Шнуров выдвинул ряд предложений, преднамеренно эпатазирующих целевую аудиторию, а именно - предложил нарисовать на логотипе марки белку - символ белой горячки, ставить на ботинках маркировку «1973» (год его рождения) и украшать обувь печатными принтами в виде машин, рыб и - опять же – белок, для продвижения марки артист разработал слоганы «Продажа детям до 16 запрещена», «Завязывай - развязывай» и т.д.

Вопросы к кейсу:

1. Обоснуйте выбор компании в пользу С. Шнурова как приглашенной знаменитости при создании нового бренда обуви.

2. Опишите возможные плюсы и минусы данного сотрудничества для компании. Можно ли расценивать работу со знаменитостью как долгосрочную стратегию?
3. В случае прекращения сотрудничества с С. Шнуровым, какие еще знаменитости могут быть привлечены для продвижения указанного бренда? Каким образом следует поступить в таком случае с именем бренда?
4. Дайте рекомендации по работе компании со знаменитостями при создании и продвижении брендов в категории «одежда и обувь».

Тема 2. Разработка бренд - стратегии: идентичность, ценность и индивидуальность бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Кейс. «Международные бренды одежды на региональном рынке»

Компания N обратилась за консалтинговой поддержкой для продвижения концептуального магазина Murphy&Nye.

Торговая марка Murphy&Nye принадлежит известной итальянской корпорации Sixty Group, специализирующейся на производстве одежды, с годовым оборотом 650 млн. евро. Murphy&Nye позиционируется в мире как спортивная одежда для яхтинга и современная одежда в свободном (leisure) стиле для взрослых и детей. В своем составе имеет несколько товарных линий; от профессиональных спортивных моделей одежды до пляжных и городских. По данным пресс-релиза, мировые продажи Murphy&Nye составили 150 млн. евро. Распространяется через 50 фирменных магазинов (single brand stores), расположенных главным образом в европейских приморских городах, и сеть партнеров, включающих мультибрендовые магазины, shop-in-shop (специализированные отделы) общей численностью 2,5 тыс. Бренд более 60-ти лет.

Магазин Murphy&Nye был построен три года назад на одной из торговых улиц в центре Екатеринбурга по типовому проекту, как фирменный магазин (single brand stores). Несмотря на некоторые успехи в развитии клиентской базы, достигнутые за последнее время, с точки зрения владельцев, проект развивается слишком медленно. По их мнению, одна из главных причин связана с недостаточным развитием бренда в Екатеринбурге.

Получение рекомендаций по управлению брендом от специалистов Sixty Group связано с определенными трудностями, которые обусловлены организационными сложностями и отсутствием программ маркетинговой поддержки для региональных партнеров. Иногда даже на получение рекламного макета для новой коллекции уходит более полутора месяцев. Для получения первичной информации по текущему состоянию марки было проведено МИС, конечной целью которого была выработка стратегических решений в отношении проекта Murphy&Nye. Объем выборки составил 260 интервью. Базой выборки выступили покупатели торговых центров, представлявшие аналогичные марки одежды в middle up-сегменте.

В исследовании присутствовал стандартный блок вопросов по исследованию социально-демографических параметров аудитории, характера потребления, сроков приверженности к выбранной марке и ряду других параметров, необходимых для конкретного внешнего сегментирования. В рамках данной ситуации хотелось бы рассмотреть вопросы, связанные с оценками Murphy&Nye и марок-конкурентов, которые дали респонденты групп, сегментированных по разным критериям.

В качестве основных критериев сегментирования были выбраны два: первый, стандартный для такого рода исследований, — это критерий осведомленности о марке, когда респонденты были разделены на тех, кто знает (видел) одежду Murphy&Nye, и тех, кто совершал покупки товаров данной марки. Эти респонденты вошли в группу 1. В группу 2 вошли те, кто слышал о марке, но не видел ее товаров, а в группу 3 — респонденты, которым марка неизвестна.

В качестве второго критерия сегментирования были использованы стилевые предпочтения респондентов. В анкете присутствовал вопрос о любимой марке (марках) одежды, которую респондент предпочитает носить. Все респонденты были разделены по данному признаку на три стилевые группы: Sport, Casual и Fashion. В связи с тем, что спортивные бренды в настоящее время активно развивают направление street-одежды, а производители casual-одежды не менее активно вторгаются в сегменты спортивной и полуспортивной одежды, такое деление может показаться условным. Тем не менее ряд факторов подтверждает корректность данной сегментации.

При сравнении оценок, которые дали респонденты группы 1, с оценками группы 2, вырисовывается хрестоматийная картина, достойная учебника по бренд-менеджменту; потребители, визуализировавшие в своем сознании торговую марку Murphy&Nye, дают ей оценки в два раза более высокие, чем респонденты, только слышавшие о марке. Интересно еще и то, что группа 1 оценила Murphy&Nye одинаково с компанией Benetton, лидерство которой подтверждается данными других наших исследований рынка одежды. Между тем в целом по выборке компания Murphy&Nye оказалась далеко не на первом месте в рейтинговой шкале — в первую очередь, благодаря тем респондентам, которым эта марка совершенно не знакома.

В принципе, основываясь на вышеприведенных данных, можно было бы объяснить сложившуюся с Murphy&Nye ситуацию только недостаточной степенью известности / визуализации марки, если бы не картина, сложившаяся при оценке марок-конкурентов в группе Fashion. Здесь позиции Murphy&Nye далеко не так сильны, как в группе 1. Кроме того, такая оценка марки связана не с тем, что в группе Fashion нет респондентов, которые видели эту одежду, — среди них есть даже ее покупатели. И вот здесь, как выяснилось, и скрываются основные причины стагнации проекта Murphy&Nye в Екатеринбурге.

Морские ассоциации

Дело в том, что первоначально при выводе на локальный рынок бренд позиционировался как «морской», т. е. имеющий отношение к яхтингу вроде бы, совершенно отчетливо отражает его стержневую идентичность. Соответственно, предполагалось, что конкурентами Murphy&Nye являются такие «морские» бренды, как Paul Shark, Navigare и Tommy Hilfiger.

Наиболее ярким представителем конкурентных брендов можно считать Paul Shark. Он позиционирован в Екатеринбурге как элитный, причем его марочная идентичность и имидж, на наш взгляд, полностью совпадают. Высокие оценки Paul Shark во многих

группах респондентов подтверждают соответствие позиционирования личности бренда. В качестве примера, который по нашему мнению, в определенном смысле дает ключ к пониманию того, почему в группе Fashion рейтинг Murphy&Nye оказался ниже других «морских» брендов, приведем анализ ассоциаций, которые назвали респонденты разных стилевых групп. В одном из пунктов анкеты респонденту предлагалось сформулировать собственные ассоциации со словом, например, «яхта».

■ В группе Sport ассоциативный ряд со словом «яхта» заметно отличается от такового в группе Fashion. Отличие заключается в том, что в группе Sport ассоциации, с одной стороны, более стандартные — большая часть из них пришлась на понятия «море» и «отдых», с другой — совершенно не ориентированные на статусный аспект яхтинга. В этой группе практически нет ассоциаций, которые имели бы отношение к элитным категориям: «шикарная», «деньги», «дорогие», «Монако» — как в группе Fashion.

■ В группе Casual по отношению к первым двум группам картина промежуточная: в ней также присутствует определенное количество стандартных ассоциаций («море», «отдых»), но примерно в два раза меньше, чем в группе Sport. С другой стороны, ассоциации в группе Casual более дифференцированы, но, так же, как и в группе Sport, в основном не связаны с атрибутами высокого социального статуса. В основном, они оказались связаны с морской темой.

Итак, хотя во всех группах респонденты продемонстрировали схожие ассоциации, статусный характер ассоциативного ряда был главным образом отмечен в группе Fashion. Таким образом, мы получили вполне ожидаемое подтверждение того, что одной из значимых мотиваций представителей группы Fashion при выборе марки одежды является ее способность отвечать их статусной идентификаций, наглядно демонстрировать принадлежность к элитным группам.

Именно поэтому бренд Murphy&Nye ни фирменным стилем, очень четко прослеживающимся в интерьере магазина, ни цветовой гаммой, ни демократичным модельным рядом не отвечает ценностным запросам представителей группы Fashion. При этом функциональные ценности / выгоды, предлагаемые Murphy&Nye не хуже, чем у других «морских» брендов, а также качество и технологичность используемых материалов вполне сопоставимы с предложениями конкурентов, или даже превышают их ценность.

Другими словами, главная причина медленного развития Murphy&Nye, на наш взгляд, связана с тем, что при выводе на рынок бренд не был позиционирован в соответствии с эмоциональными ценностями, которые он должен был предложить своим целевым группам, т. е. не было соответствия стержневой идентичности бренда с ценностными установками потребительских групп, на которые он был ориентирован. Получилось так, что марка вступила в конкурентные отношения с брендами, от которых необходимо было отстраиваться как от носителей чуждых ценностей.

Какие шаги по репозиционированию
Murphy&Nye были предложены?

Заказчику была предложена концепция репозиционирования бренда, основной целью которой является смещение вектора внимания с целевой группы Fashion на группы Casual и Sport и дифференциация ценностей марки M&N от ценностей других «морских» брендов.

В качестве одного из возможных вариантов такой дифференциации можно привести следующий.

В яхтинге есть две стороны: «коктейльная» — с элитными вечеринками и плаванием в ста метрах от берега, и другая — «спортивная» — с холодным ветром и даже снегом, требующая мужества и внутренней силы, с командной взаимовыручкой и настоящей дружбой. M&N декларирует именно те ценности, которые связаны с этой «спортивной» стороной яхтинга, в соответствии с этой концепцией деньги и внешний антураж не главное, а стержневая идентичность бренда описывается как городская одежда на любую погоду, созданная по технологиям морской экипировка, для мужественных людей, предпочитающих спортивный стиль в жизни и в одежде.

В качестве функциональных выгод бренда декларируются: защита в суровых климатических условиях, характерных для Урала, благодаря использованию высокотехнологичных материалов; удобство, практичность, относительно невысокая цена, современный дизайн.

Торговая марка M&N предлагает такие эмоциональные выгоды, как чувство причастности к мужественным людям, борющимся со стихией, рискуя собственной жизнью (экстрим); а также возможность самовыражения — выбор истинных ценностей (например, таких как дружба}, новый динамичный стиль жизни.

При описании индивидуальности бренда M&N на наш взгляд, уместно сделать акцент в первую очередь на таких свойствах, отмеченных на шкале индивидуальности брендов (BPS), как мужественность (активный, спортивный, уравновешенный), а также на таких характеристиках, как энергичный, смелый, современный, честный, прямой, неподдельный, высоконравственный.

Границы адаптации

Важно отметить, что при формулировке новой концепции и описании индивидуальных черт бренда Murphy&Nye мы основывались не на своих субъективных оценках и представлениях, не без основания полагая, что на самом деле это прерогатива зарубежных владельцев бренда. Мы исходили из того, что Murphy&Nye имеет свою собственную, четко выраженную индивидуальность, которая прямо или косвенно демонстрируется целевому покупателю через атрибуты бренда, ассортиментный ряд, цветовые решения, фактуру материалов. Свою задачу мы видели исключительно в том, чтобы ускорить процесс увеличения осведомленности о бренде, потому что есть вероятность, что проект может просто «не дожить» до «светлого завтра» по финансовым соображениям. Те потребители, для которых оказались значимыми ценности, предлагаемые данным брендом, составили основную часть клиентского клуба магазина. Соответственно, в основу новой концепции бренда были положены результаты анализа глубинных интервью, проведенных с активными приверженными клиентами данной марки.

Вопросы к кейсу:

- 1.Согласны ли вы с сегментацией, предложенной авторами проекта?
- 2.Как вы оцениваете предложенную концепцию позиционирования марки Murphy@ Nye на региональном рынке?
- 3.Как вы считаете, потребовалось бы изменение концепции позиционирования данной марки при реализации проекта на калининградском рынке? Кто являлся бы ее основным покупателем?
4. Согласны ли вы с выводами о необходимости выделения части средств на адаптацию международного бренда к местным условиям

Тема 3. Технология бренд-строительства

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Кейс 1. «Бренд на гусеницах»

На Западе в сфере business to business бренд компании обычно имеет больший «вес», чем бренд продукта. Ведь корпоративный потребитель больше интересуется авторитетом производителя, а не эмоциональным образом товара. В России, где имидж отечественных производителей порой вызывает у клиентов неоднозначные чувства, все бывает по-другому. «Четра», или «чебоксарский трактор», заявил потребителям о своем существовании весьма экстравагантным способом. В России ОАО «Промтрактор (г. Чебоксары) — один из лидеров выпуска многопрофильных промышленных тракторов. Основными акционерами предприятия являются Универсальная инвестиционная компания «Уник», ООО «Вагран» и ряд других компаний. «Промтрактор» является членом некоммерческого партнерства «Концерн „Тракторные заводы“», куда входят также ОАО «Чебоксарский агрегатный завод», ОАО «Владимирский тракторный завод», ОАО «Алпецкий трактор», ООО «Чебоксарский завод силовых агрегатов» и ФГУП «Государственный научно-исследовательский тракторный институт».

На рынок

На потребительском рынке сегодня практически каждый производитель имеет свой бренд. Появился даже брендированный сахар, возможно, скоро дело дойдет и до спичек. «Бренд-бум» докатился и до промышленной сферы. Хотя часть маркетологов утверждает, что настоящих, полноценных брендов в отечественной промышленности пока нет, компании уже делают первые шаги в данном направлении. Одним из пионеров создания собственного бренда стал Чебоксарский завод промышленных тракторов («Промтрактор»).

Среди тракторных компаний с советским прошлым Чебоксарский завод — самое молодое предприятие, его построили в 1975 году. До недавних пор оно выпускало в основном тяжелые тракторы и бульдозеры, использовавшиеся в нефтегазовой, угольной, золотодобывающей промышленности и т. п. В конце 2007 года «Промтрактор» разработал новое семейство легких универсальных гусеничных тракторов. По мнению руководства компании, данное направление очень перспективно. Как объяснил генеральный директор ОАО «Промтрактор» Семен Млодик, тяжелую технику в нашей стране покупают около 500 организаций, а потенциальных потребителей легких тракторов и бульдозеров гораздо больше — около 10 тыс.

Создавая тяжелые машины, предприятие не занималось разработкой бренда. Когда круг клиентов ограничен, со многими устанавливаются неформальные контакты. Можно, скажем, сделать именную копию продукта в честь приезда известного гостя. Так появился трактор «Владимир Жириновский». Работает, говорят, где-то в Сибири. Есть трактор Samilla, названный именем дочери колумбийского посла (дипломат в свое время тоже нанес визит в Чебоксары). Правда, Колумбия ничего у «Промтрактора» пока не

купила. Конечно, десять тысяч потенциальных клиентов еще не массовый рынок, но прежние методы продвижения уже не годились и Чебоксарский завод решил изменить стратегию. Поскольку в сфере business to business, и в частности, на промышленном рынке, наибольший вес имеет бренд компании, а не продукта, логично продвигать именно предприятие. Но обнаружился один существенный момент. Заместитель генерального директора ОАО «Промтрактор» Виктор Четвериков: «Мы заказали маркетинговое исследование, продемонстрировавшее: потребители принимают российскую технику как простую, плохую и дешевую.

Чтобы отстраниться от имиджа советского производителя, мы приняли принципиальное решение не рекламировать завод». Новая разработка получила не только традиционное буквенное обозначение — Т-11, а и более звучное имя. Компания сделала ставку на продвижение бренда «Четра».

Конкурентные выходы

Специфика промышленного бренда (в отличие от потребительского) в том, что решение о покупке клиент принимает рационально, взвешивая все аргументы «за» и «против». А эмоциональные факторы вроде престижности марки мало значат. Поэтому компания в первую очередь озаботилась качеством продукта.

«Промтрактор» вложил в разработку «Четры» около \$30 млн, заводское конструкторское бюро проектировало эту марку в течение трех лет. Сегодня под брендом «Четра» выпускается шесть различных модификаций бульдозеров, трубоукладчиков и погрузчиков. Разработчики обещают ежегодно вводить в опытную эксплуатацию две новые модели. Семен Млодик: Для потребителя важна прежде всего надежность машин, и задача нашего предприятия это обеспечить. Созданием бренда мы хотели подчеркнуть готовность нести ответственность за свою торговую марку. Показать, что это не просто машина из общего ряда, которая сегодня есть, а завтра ее нет.

Бренд «Четра» составил конкуренцию в первую очередь технике Челябинского тракторного завода («ЧТЗ-Уралтрак»), который в начале прошлого года контролировал около 90% отечественного рынка тракторов данного класса. Во вторую — машинам западных производителей — Caterpillar, Komatsu и др. (в основном подержанным, поскольку новые стоят очень дорого).

Владельцы нового бренда объявили, что «Четра» — трактор нового поколения, инновационная техника, не уступающая зарубежным аналогам по качеству при значительно более низкой цене (справедливости ради следует заметить, то же самое говорят о своих тракторах и бульдозерах руководители остальных заводов). «„Четра" стоит порядка \$70 тыс., а зарубежные аналоги дороже почти в три раза. Полная стоимость „Четры" равна первому взносу за взятый в лизинг Caterpillar», — рассказывает Виктор Четвериков. В то же время цена «Четры» почти в полтора раза превышает стоимость челябинских машин, но по расчетам специалистов «Промтрактора», у нее выше производительность.

Промышленным компаниям приходится не только заниматься инновациями, но еще и приучать к ним потребителей (скажем, к гидравлической системе, позволяющей трактору разворачиваться на месте, что очень удобно при работе на ограниченном пространстве). «Консерватизм есть у потребителя любой продукции, как промышленной, так и товаров массового спроса», — отмечает господин Млодик. Его компания решила не тратить силы и ресурсы на воспитание потребителей. Пусть лучше этим занимаются зарубежные конкуренты, скажем, мировой лидер Caterpillar. А «Промтрактор» встроится

в созданную другими волну интереса и в нужный момент обратит внимание потребителей на то, что «Четра» обладает такими же характеристиками,

только стоит дешевле. Семен Млодик называет это «корейской тактикой»: «Корейцы так поступали с японскими производителями электроники и автомобилей. Sony внедряла новые разработки, а корейцы копировали их через год и ставили цену сразу в два раза ниже».

«Промтрактор» в свое время позаимствовал у Caterpillar модульный принцип компоновки узлов, что серьезно сокращает время ремонта машин, но предоставил лидеру рынка честь рекламировать преимущества этой идеи.

Ударим трактором по бездорожью

Продвигать промышленный бренд можно разными способами, однако массовая реклама (в частности, телевидение) здесь не годится. Точечные удары гораздо дешевле и эффективнее. Среди потенциальных потребителей «Четра» — крупные горнодобывающие, дорожно-строительные и т. п. предприятия, поэтому основным каналом продвижения стали специализированные издания: «Строительная техника и технология», «Горная промышленность» и т. д. Задействовали и деловые СМИ. В середине прошлого года создан сайт, чтобы потребитель в любой момент имел доступ к нужной информации.

Требовался какой-то оригинальный способ привлечения внимания руководителей предприятий, органов власти и прессы. Мало кто из них решился бы поехать в отдаленные регионы, чтобы увидеть трактор «в работе». Зрелищное мероприятие вроде автопробега (как сделал «Агромашхолдинг», отправивший свои комбайны из Красноярск в Орел) организовать невозможно — на бульдозере по дорогам не поездишь. А между тем товар надо было показать лицом. И тогда в компании решили устроить шоу. «Балет тракторов» — звучит очень необычно.

Идея это не новая, ее давно реализуют западные производители. Но в России в тот момент подобных массовых мероприятий никто не проводил. «Промтрактор» организовал три «Четра-шоу» — в Чебоксарах, Москве и Красноярске. В столице шоу прошло на стадионе технических видов спорта в Крылатском.

В качестве звезд балета выступала «пилотажная группа» «Промтрактора» — водители-испытатели, сами придумавшие и разработавшие фигуры «высшего тракторного пилотажа». Скажем, такой прием, как передвижение трактора на одной гусенице. На заводе долго спорили выдержит ли конструкция нагрузку и стоит ли вообще это делать. Но все прошло удачно. Под музыку Шостаковича, Чайковского, а также группы «Тату» трактористы с помощью рыхлителя машины слегка надкалывали яйцо, забивали гвозди, закрывали спичечный коробок.

Балет продемонстрировал публике филигранную работу гидравлических систем машины. Тракторное представление позволяло свести в одном месте сразу все три группы заинтересованных лиц: потенциальных покупателей, дилеров, журналистов. Гости имели возможность сами посидеть в кабине и попробовать трактор на ходу. «За год на наших шоу побывало около тысячи человек. Это очень много, за год удалось охватить 10% потенциальных клиентов. Для рынка потребительских товаров цифра почти невозможная», — говорит Семен Млодик.

Мероприятия принесли свои плоды. Во-первых, создав информационный повод, компания получила около 30 публикации в разных изданиях плюс два видеосюжета в новостях по «Первому каналу» и РТР. Журналисты активно смаковали подробности. «И

вот началось! Эти мощные и весьма изящные, современного дизайна машины, послушные рукам заводских водителей-испытателей, выделяли такие „па"! А когда, опираясь на зубья рыхлителей и ножи бульдозеров, и даже, как птицы, вспархивали над землей,— просто дух захватывало»,— писала некая газета. Кто-то из представителей СМИ так разволновался, увидев в кабине трактора кондиционер, что вывел недогнувшей рукой: «В кабине „Четры" я почувствовал себя, как в „Мерседесе"».

Как утверждает господин Млодик, в прошлом году во время чебоксарского шоу «Промтрактор выполнил треть годового плана продаж: «Мы обратили на себя внимание. Каждый, кто к нам приезжал, видел современное производство, оборудование, люди понимали, что мы в состоянии делать хорошую технику».

Кстати, на следующий год «Промтрактор» запланировал еще три «Четра-шоу», в том числе в Узбекистане. Понятно, что рано или поздно однообразие зрителям надоест, и придется задуматься, чем еще удивить потребителей в будущем.

Итоги

Результатами рекламно-информационной кампании на предприятии довольны. Правда, пока там не могут точно сказать, насколько повысилась узнаваемость бренда, и только планируется соответствующее маркетинговое исследование. Но, судя по увеличению продаж техники почти в три раза, запуск прошел удачно. «Благодаря трактор-шоу мы в общей сложности продали 150 машин, не только „Метра", но и другие модели тракторов. Сейчас компания реализует в месяц порядка 40 машин. Мы заключили шесть дилерских договоров. Наконец, загрузка мощностей предприятия увеличилась на 18% по сравнению с началом года — моментом запуска проекта»,— говорит Семен Млодик. В прошлом году компания получила серебряную награду «Бренд года» в категории «Малобюджетный проект (до \$500 тыс.)».

Как утверждает Виктор Четвериков, у тракторов производства ОАО «Промтрактор» «коэффициент выхода на линию» составляет 98% (при соблюдении условий эксплуатации внезапные поломки происходят лишь в двух случаях из ста). Среднестатистический показатель в СССР составлял 85%.

Сегодня «Промтрактор» занимается развитием сервиса. Компанией по всей стране создано 26 фирменных центров. Предприятие договорилось с основным поставщиком двигателей — Ярославским моторным заводом и получило право на сервисное обслуживание двигателей, чтобы отвечать за машину целиком. Как сейчас любят говорить, по принципу одного окна.

Но в компании хорошо понимают, что «Четра» — пока слишком молодой бренд. «Конечно, мы хотим быть номером один на этом рынке, но лояльность клиентов нам еще предстоит завоевать заявляет Семен Млодик. Ведь Caterpillar потребители покупают, несмотря на то, что эта техника стоит почти в три раза дороже».

Послесловие

Бренд по собственному желанию

Бренд на промышленном рынке создается с той же целью, что и на потребительском. Он призван повысить капитализацию бизнеса и усилить конкурентоспособность компании. Кроме того, благоприятный имидж позволяет предприятию получать, дополнительную финансовую премию.

В России, по мнению главы московского представительства исследовательско-консультационной фирмы «Альт» Артема Белова, создание бренда на промышленном рынке становится актуальным именно сейчас, поскольку уровень технологий и качество

продукта сопоставимы у разных производителей. «Поэтому необходима „изюминка" или бренд, который на промышленном рынке обычно формируется для всей компании, а не от-дельного продукта. Сильный бренд позволяет производителю выйти на новые, более доходные сегменты рынка (например, заняться сервисом, комплексными поставками и т. п.)»,— отмечает Артем Белов.

Принято выделять три характеристики промышленного бренда. Во-первых, это известность, формируемая максимально информативной рекламой в специализированных изданиях, и работа с целевой аудиторией. Однако сама по себе высокая известность еще не гарантирует позитивного отношения потребителей. Действительному промышленному бренду необходимо обладать еще одной характеристикой: он должен вызывать доверие к продукции предприятия, в свою очередь тесно связанное с третьей составляющей — имиджем марки.

Российские производители сталкиваются с проблемами, не позволяющими говорить о создании в нашей стране полноценных промышленных брендов. Это прежде всего невысокое качество продукции и несоответствие запросам потребителя. Случается так, что клиент готов купить оборудование или машины какой-то российской компании, но опасается, что та не сможет обеспечить послепродажного обслуживания.

Порой производители выставляют неадекватные цены, либо потребители вынуждены отказываться от заказа из-за неспособности оперативно предоставить необходимые расчеты. Далеко не все способны в срок выполнять свои обязательства, что также приводит к конфликтам с заказчиком.

По мнению Артема Белова, создание бренда в промышленном секторе обходится не дешевле, чем на рынке потребительских товаров, по крайней мере расходы сопоставимы. Огромные средства должны вкладываться в НИОКР, чтобы продукция компании всегда соответствовала современному уровню. Создание дистрибуторской сети тоже требует определенных расходов. Некоторые предприятия, работающие в промышленном секторе, продают в России очень мало, и для них крайне важен выход на западные рынки, а это требует дополнительных инвестиций. Кроме того, в смете расходов, естественно, следует учесть мероприятия по продвижению бренда.

Опыт ОАО «Промтрактор» консультанты называют интересным, однако пока не готовы обсуждать его перспективы. Потребитель промышленной продукции должен постоянно получать от компании гарантированный сервис, поддержку, обновление технологий, новые решения и т.п. И пока он начнет доверять *• данному производителю и воспринимать его как бренд, может пройти немало времени.

При этом пример «Промтрактора» на фоне других российских производителей тракторной техники остается пока уникальным — остальные компании ничего подобного не делают. Во всяком случае, они осторожно отказываются от комментариев на эту тему. Так, на Челябинском тракторном заводе сказали лишь, что «думают в данном направлении».

Вопросы к кейсу:

1. Почему возникла необходимость в разработке нового бренда «Четра» в ОАО «Промтрактор»?
2. Постройте пирамиду ценностей бренда «Четра» и колесо бренда.
3. Перечислите основные инструменты коммуникационной политики бренда «Четра»

4. Оцените эффективность рекламно-информационной кампании бренда «Четра». Выделите, на основе данных кейса, основные показатели экономической эффективности и коммуникативной эффективности рекламной кампании по выведению и продвижению бренда «Четра» на рынок.

5. Перечислите, в целом, основные причины и цели создания бренда промышленными предприятиями.

6. Сформулируйте, в целом, основные характеристики эффективного промышленного бренда (бренда B2B)

7. Видите ли вы необходимость серьезно заниматься брендингом в сфере инновационной промышленной продукции на российском рынке? Обоснуйте свой ответ.

Тема 4. Методы оценки стоимости бренда

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Кейс. Проблемы оценки стоимости брендов российских футбольных клубов

Футбол является отдельной отраслью экономики. Значение и влияние стоимости бренда на стоимость клуба здесь столь же велико, как и в других отраслях. Бренды европейских футбольных клубов оцениваются ведущими консалтинговыми компаниями в значительные суммы.

Британская консалтинговая компания Brand Finance, специализирующаяся на управлении и оценке стоимости брендов, уже несколько лет проводит исследование, определяя двадцатку самых дорогих брендов европейских футбольных клубов.

Результатом исследования является рейтинг «Most valuable European football clubs brands».

Немецкая консалтинговая компания BBDO Consulting проводит оценку стоимости 25 брендов футбольных европейских клубов, добившихся заметных достижений в Лиге Чемпионов и национальных первенствах.

Результаты оценки представлены в рейтинге «Top 25 ranking of Europe's most valuable football clubs». Как правило, компании-оценщики в составе доходов клубов учитывают различные стоимостные факторы: от оценки стадиона клуба до сумм, получаемых клубом за продажу прав на телевизионные трансляции. Относительно брендов российских футбольных клубов подобные оценки, результаты которых были бы оформлены в рейтинг, никто не проводит.

Начало формирования прозрачного рынка продажи футбольных клубов в РФ, завоевание бронзовых медалей сборной России по футболу на чемпионате Европы в 2008 г., победа на кубке UEFA и на Суперкубке Европы питерского «Зенита», принятие в апреле 2008 г. подпрограммы «Развитие футбола в РФ на 2008-2015 гг.» позволяют предположить рост популярности футбола в РФ и капитализации стоимости футбольных клубов.

Следовательно, и появления исследований по оценке стоимости их брендов в недалеком будущем.

Большинство футбольных клубов, входящих в Российскую Футбольную Премьер-Лигу, были основаны в 20-50-е гг. прошлого века. Исключением являются ФК «Москва» и ФК «Химки», основанные в 1997 г., а также ФК «Амкар», основанный в Перми в 1993 г.

Отечественный рынок купли-продажи футбольных клубов неразвит и только начинает выходить из тени. Так до рассмотренной сделки по приобретению

Газпромбанком акций ФК «Зенита» в 2006 г., получившей впоследствии отражение в финансовой отчетности Газпромбанка, составленной по международным стандартам, стоимость сделок по продаже российских футбольных клубов оставалась тайной.

Задание:

1. Какие субъекты рынка заинтересованы в оценке стоимости российских брендов футбольных команд (БФК)?
2. Перечислите ситуации, в которых может потребоваться оценка стоимости БФК.
3. Какая группа методов в большей степени подходит в данной ситуации, почему?
4. Опишите систему финансовых, маркетинговых и прочих показателей, необходимых для оценки стоимости БФК.

Критерии и шкала оценивания компетенций при тестировании

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

Критерии и шкала оценивания компетенций в заданиях

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с поставленными в задании вопросами и сделаны выводы о целесообразности использования соответствующих моделей и методов анализа и принятия решений.

Оценка **«хорошо»** -выставляется студенту, если задание выполнено полностью в соответствии с предложенной методикой, но сделаны краткие выводы по полученному решению.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если задание выполнено не полностью, но в соответствии с предложенной методикой..

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задание не выполнено. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
		сделаны и/или выводы не обоснованы	привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы
Итоговая оценка				

6.3.4 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными

материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка «зачтено»

Проверяемые компетенции:

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------------	---

Вопросы к зачету:

1. Понятие: торговый знак, торговая марка, бренд.
2. Основные отличия бренда от торговой марки.
3. Образ, имидж, репутация как атрибуты бренда.
4. Видение торговой марки.
5. Разработка атрибутов бренда продукта или услуги
6. Основные правила бренд-нейма.
7. Фирменный стиль как составная часть брендинга.
8. Взаимосвязь марки и миссии компании.
9. Маркетинговые механизмы превращения марки в бренд
10. Понятие бренд-бука.
11. Порядок разработки и правила пользования бренд-буком
12. Структура бренд-бука
13. Англо-американская школа брендинга.
14. Японская школа брендинга
15. Суть стратегии отдельно стоящих брендов.
16. Мультибрендовая стратегия
17. Стратегия «зонтика» в марочной политике фирмы.
18. Способы поиска идей новой торговой марки
19. Выбор стратегии позиционирования бренда
20. Инструменты защиты торговой марки
21. Необходимость репозиционирования бренда.
22. Разработка комплекса маркетинга для торговой марки.
23. Брендинг в системе продвижения товаров и услуг
24. Маркетинговые инструменты бренда при франчайзинге.
25. Разработка стратегии продвижения бренда.
26. Эффективные инструменты продвижения бренда.
27. Реклама и брендинг.
28. 29. Виды марочной стратегии.
30. Различия между корпоративными марками, индивидуальными марками и марочными семействами.
31. Преимущества и недостатки марки-«зонтика».
32. Понятие «колесо бренда», его применение
33. «Мыслительное поле бренда»,
34. «Пирамида ценностей бренда» .

35. Определение конкурентоспособности торговой марки и оценка ее потенциала.
36. Условия эффективного брендинга.
37. Разработка брифа в брендинге и рекламе бренда
38. Юридическая защита торговой марки. Классификация подделок.
39. Управление брендом на рынках B2B и B2C
40. Расширение бренда. Линейное расширение (растягивание). Расширение бренда «по вертикали».
41. Устаревание бренда. Упадок бренда. Омоложение бренда. Слияние брендов.
42. Плюсы и минусы выведения новых брендов.
43. Отрицательные стороны брендинга.
44. Управление региональным брендом.
45. Методы оценки стоимости бренда
46. Аудит бренда
47. Должностные обязанности бренд-менеджера.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, тестов, кейсов, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения соответствующих тем учебного курса.

Промежуточный контроль проводится в форме тестирования и оценивается по стобальной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов. При этом 80-100 баллов соответствуют наиболее полному и правильному структурированному ответу,

65-79 - ответ в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы,

51-64 - ответ соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности,

менее 50 баллов – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны.

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «зачтено» путем перевода стобальной системы в четырех балльную, получив не менее 55 баллов

Итоговый рейтинг по дисциплине (зачет с оценкой)

	Тестирование	Выполнение заданий	Решение кейса	Промежуточный контроль	Итоговый рейтинг по
--	--------------	--------------------	---------------	------------------------	---------------------

					дисциплине
вес	0,2	0,2	0,2	0,4	
оценка					

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

1. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учеб. для вузов/ И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. - М.: Юнити, 2012. - 655 с.: ил, табл.. - Библиогр.: с. 614-626 (447 назв.). - ISBN 978-5-238-02203-1 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))
2. Бренд-менеджмент: учеб. пособие для бакалавриатов и специалистов/ М. О. Макашев. - Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 1 on-line, 224 с.: ил.; 21 см. - (Учебное пособие). - ISBN 978-5-496-00170-0 (Имеются экземпляры в отделах: ЭБС Ibooks(1))

7.2. Дополнительная учебная литература

1.Маркетинговые коммуникации: [учеб. для вузов : для бакалавров и магистров]/ Евгений Ромат, Дмитрий Сендеров. Санкт-Петербург; Москва; Екатеринбург: Питер, 2018., 495с., ISBN: 978544610497-0. Номер доступа: bfu.9785446104970

2.Гречин Е. Ю. Создание брендов. Развитие и применение идей Эла Райса на российском рекламном рынке/ Е. Ю. Гречин. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2013. - 207 с.: ил., фот.. - Библиогр.: с. 206-207 (17 назв.). - ISBN 978-5-496-00235-6 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))

7.3. Для самостоятельной работы

1. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие/ Ф. И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 323, [1] с. - Библиогр.: с. 320-324. - ISBN 978-5-394-00792-7 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1), ЭБС Ibooks(1))
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории/ И. С. Важенина; РАН, Ин-т экономики, Урал. отд-ние. - Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2013. - 406,[2] с.: табл.. - ISBN 978-5-94646-408-6 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))
3. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ: учеб. пособие для вузов/ Н. А. Казакова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с. – ISBN 978-5-16-005220-5 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N1(1), ЭБС Кантиана(1))
4. Краузе Дж. Разработка логотипа. Большая книга дизайнерских идей подходов и концепций : [пер. с англ.]/ Джим Краузе. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2013. - 271, [1] с.: ил.. - Вариант загл.: Большая книга дизайнерских идей подходов и концепций. - ISBN 978-5-496-00186-1. - ISBN 978-1440304316 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N9(1))
5. Дэвид Льюис. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя.

М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

6. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение/ И. С. Березин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; СПб.: Вершина, 2011 (ч.з. N5).

7. Информационные технологии в маркетинге: Учебник для студ. вузов / Под ред. Г.А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013, 2011.

8. Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом: учеб. пособие для вузов/ В. Л. Музыкант. - Москва: РИОР; Москва: ИНФРА-М, 2014. - 315 с.: ил.. - (Высшее образование - бакалавриат). - (Азбука рекламы). - Вариант загл.: Управление брендом. - Соответствует ФГОС (третьего поколения). - ISBN 978-5-369-01236-9. - ISBN 978-5-16-006957-9. - ISBN 978-5-16-100882-9 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))

9. Рожков И. Я. Брендинг: учеб. для бакалавров/ И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М.: Юрайт, 2013. - 331 с.: ил.. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с. 326-331. - ISBN 978-5-9916-2107-6 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N5(1))

10. Хайленд А. Символ: более 1300 логотипов и истории их создания/ Ангус Хайленд, Стивен Бейтман ; [вступ. ст. Д. Гиббса ; пер. с англ. Е. Карманова]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 293 с.: ил.. - ISBN 978-5-459-00959-0. - ISBN 9781856697279 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N9(1))

11. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера/ Дэвид Эйри ; [пер. с англ. В. Шрага]. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2011. - 202 с.: ил.. - Алф. указ. терминов и понятий: с. 193-197. - Указ. марок и назв. орг., чьи логотипы помещены в кн.: с. 198-202. - ISBN 978-5-459-00289-8 (Имеются экземпляры в отделах: ч.з.N9(1))

7.3. Нормативные документы

1. Федеральный закон РФ «О рекламе». Федеральный закон от 13.03.2006 № 38 Закон РФ «О средствах массовой информации (СМИ)» от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018, с изм. от 17.01.2019) .
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции".

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/> (Договоры с ООО «Электронное Издательство № [] от [] г. Срок действия: []).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому

занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями).

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе и лекционным материалам.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Решение кейсов.

Решение кейсов как процедура оценивания может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки, быть самостоятельной процедурой или входить как часть в зачет ..

По времени Решение кейса может занимать от 20-30 минут до 2-3 часов. В качестве требований к содержанию кейса рекомендуется отсутствие однозначных решений проблемы, побуждающее студентов к поиску оптимальных решений, их аргументации и обоснования.

В качестве критериев оценки результатов индивидуального или группового решения кейсов могут выступать следующие параметры:

–уровень обоснования собственного решения, которые отличают данное решение кейса от других решений.

–глубина анализа, четкие и ясные формулировки проблем, заложенных в кейсе;

–демонстрация адекватных аналитических методов при работе с информацией кейса;

–использование дополнительных источников информации для решения кейса;

–выполнение всех необходимых расчетов.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.

7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.

8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.

10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)

11. Работа всех ссылок.

12. Единый стиль оформления всех слайдов.

13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.

14. Целесообразно использование эффектов анимации.

15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

1) соответствие заявленной теме и целям;

2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;

3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;

4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;

5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;

2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;

3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;

4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,

5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.

На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.

- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.

- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).

- Использование цвета

- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

- Для фона и текста используйте контрастные цвета.

- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.

- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина

« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам.директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова

« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Управление маркетингом»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Управление маркетингом»	5
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	5
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
4.1.Содержание основных разделов и тем курса.....	7
1.2. Тематика практических занятий.....	8
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	10
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	11
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	14
6.3.1 Тестовые задания.....	14
6.3.2 Задачи.....	16
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине.....	19
6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	21
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	22
7.1. Основная учебная литература.....	22
7.2. Дополнительная учебная литература.....	22
7.3. Для самостоятельной работы.....	22
7.4. Нормативные документы.....	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	23
9.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	29
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	29

Наименование дисциплины (модуля)

«Управление маркетингом»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Управление маркетингом» является формирование профессиональных компетенций в области управления маркетинговой деятельностью компании на рынке.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: -современные концепции управления маркетингом; -алгоритмы и принципы сегментации рынка -методологические основы управления товарной политикой компании; формирования ассортимента; - методологические основы управления ценовой политикой компании, экономическим обоснованием цены и системы скидок; -методологические основы управления системой сбыта и коммуникаций.	ОПК 3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
Уметь: - разрабатывать и планировать маркетинговые проекты и планы по элементам комплекса маркетинга; - оценивать эффективность маркетинговых проектов и программ внедрения продуктовых инноваций; - выбирать и определять целевой рынок, сегменты рынка и конечных потребителей;		
Владеть: — методами анализа комплекса маркетинга; - инструментами планирования и организации проектов при реализации целей и задач маркетинговой деятельности предприятия; - методами оценки и контроля результатов маркетинговой деятельности		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Управление маркетингом» представляет собой дисциплину по выбору профессионального цикла (Б1.В.ДВ.01.01) дисциплин подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ОПК-3	Микроэкономика Макроэкономика маркетинг	Управление маркетингом	Стратегический маркетинг Методы разработки и принятия управленческих решений
			Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы
			Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Дисциплина изучается: на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	6
Индивидуальная контактная работа	0,35
Контактная работа, всего	76,35
Самостоятельная работа	103,65
Часов, всего	180
Зачетных единиц, всего	5

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Всего (часы)	В том числе						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Контроль самостоятельно	Промежуточная аттестация	
		Контактная работа	Самостоятельная работа	Контактная работа	Самостоятельная работа		Контактная работа	Самостоятельная работа
1. Маркетинг как система управления предприятием	35	8	13	8	10	2		

2. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование.	36	8	14	8	12	2		
3. Управление ассортиментной и ценовой политикой компании.	38	8	14	8	12	2		
4. Управление сбытовой и коммуникационной политикой компании.	34	10	16	10	12	2		
Итого	180	34	57	34	46	8	0,35	0,65
Контактная работа	76,35	34		34		8	0,35	
Самостоятельная работа	103,65		57		46			0,65
Промежуточная аттестация	экзамен							

Итоговый контроль – экзамен

4.1.Содержание основных разделов и тем курса

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1.	Маркетинг как система управления предприятием	Эволюция развития концепции маркетинг-менеджмента. Управление маркетингом: сущность, объект и субъект управления, функции управления. Процесс управления маркетингом: этапы и их сущность. Стратегический и оперативный маркетинг. Современные концепции управления маркетингом.
2	Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование и другие функциональные стратегии.	Сегментация рынка: задачи, виды, переменные, методы сегментации. Кластерный анализ как метод сегментации. Оценка эффективности сегментирования рынка. Обоснование выбора целевого сегмента. Позиционирование. Построение карт-схем позиционирования рынка. Метод главных компонент. Управление клиентской базой: RFM- анализ.
3	Управленческие аспекты маркетингового	Анализ результатов управления товарным портфелем. Формирование ассортиментной политики компании: компоненты, стратегические и тактические методы анализа ассортимента. Выбор товарной стратегии.

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	анализа эффективности принятых управленческих решений	Анализ эффективности принятых ценовых решений. Экономическое обоснование системы скидок. Планово-управленческие решения по созданию системы выгодной дистрибуции. Оценка эффективности сбытовой политики компании. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами.
4	Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности	<p>Организационные структуры управления маркетингом.</p> <p>Проблемы стратегического планирования деятельности на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях. Взаимосвязь между планированием, организацией маркетинга и системой контроля. Оперативное планирование маркетинга на предприятии. План маркетинга как системный документ достижения целевой функции компании. Структура плана, его основные этапы. Маркетинговые программы. Информационное обеспечение основных уровней планирования. Бюджет маркетинга. Методы разработки бюджета маркетинга. Контроль маркетинга.</p> <p>Методы и показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности.</p>

1.2. Тематика практических занятий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Маркетинг как система управления предприятием	<p>Современные концепции управления маркетингом.</p> <p>Управление маркетингом на основе концепции системы сбалансированных показателей.</p> <p>Показатели КРІ для маркетинговой деятельности.</p> <p>Система сбалансированных показателей в маркетинге: требования к построению системы управления, принципы построения, специфика. Перспективы системы сбалансированных показателей в маркетинге.</p> <p>Модель разработки и внедрения системы сбалансированных показателей в маркетинге..</p> <p>Этапы построения системы сбалансированных показателей как инструмента управления бизнес процессами в маркетинге.</p>
2	Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация	<p>Алгоритм сегментации на основе методов кластерного анализа.</p> <p>Оценка эффективности сегментирования рынка.</p> <p>Обоснование выбора целевого сегмента.</p> <p>Построение карт-схем позиционирования рынка с помощью метода главных компонент.</p>

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	рынка, позиционирование и другие функциональные стратегии.	Решение задач и решение кейсов.
3	Управленческие аспекты маркетингового анализа эффективности принятых управленческих решений	Система показателей результативности товарной политики в рамках продуктоориентированного подхода управления маркетингом. Планирование структуры товарного ассортимента в условиях неопределенности внешней среды (на основе «теории игр»). Экономический анализ ассортимента. Методы стратегического анализа ассортимента: модифицированная матрица БКГ. Ценовая политика компании: этапы разработки, методы ценообразования, экономическое обоснование системы скидок. Организация эффективной работы канала распределения. Оценка эффективности коммуникативной политики.
4	Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности	Оперативное планирование маркетинга на предприятии. Выбор организационной структуры управления маркетингом на предприятии. Методы планирования бюджета маркетинга. Маркетинг как инструмент повышения эффективности предприятия. Понятие эффективности маркетинга. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.

4.3. Тематика самостоятельных работ

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
1.	Маркетинг как система управления предприятием	Анализ клиентской базы данных на основе подбора показателей КРІ. Разработка модели системы сбалансированных показателей как системы управления маркетингом (на примере конкретного предприятия) Разработка модели системы сбалансированных показателей как инструмента управления бизнес процессами в маркетинге.
2	Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация	Сегментация рынка на основе клиентской ценности с применением методов кластерного анализа. Работа выполняется в программе SPSS. Разработка карты-схемы позиционирования рынка с помощью метода главных компонент (на примере рынка).

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Содержание темы</i>
	рынка, позиционирован ие.и другие функциональны е стратегии.	
3	Управленческие аспекты маркетингового анализа эффективности принятых управленческих решений.	Анализ товарного ассортимента с применением модифицированной матрицы БКГ (на примере предприятия). Проведение экономического анализа ассортимента (на примере предприятия). Расчет точки ценовой безубыточности и экономическое обоснование системы скидок.
4	Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности	Построение плана и расчет бюджета маркетинга. Разбор и решение кейсов по теме 4.. Комплекс продвижения. Стимулирование продаж. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций
- Материалы семинарских занятий
- Учебно-методическая литература
- Информационные ресурсы "Интернета"
- Методические рекомендации и указания
- Фонды оценочных средств

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их

	последствия
--	-------------

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении студентами дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Маркетинг как система управления предприятием	ОПК-3	тестирование		письменно
Тема 2. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование и другие функциональные стратегии.	ОПК-3	решение задач		письменно
Тема 3. Управленческие аспекты маркетингового анализа эффективности принятых управленческих решений.	ОПК-3	Решение задач		письменно
Тема 4. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.	ОПК-3	тестирование		письменно
	ОПК-3		экзамен	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	ОПК 3	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1	Знать основные принципы, современные научные подходы к управлению маркетинговой деятельностью компании. Знать методы анализа товарной, сбытовой, ассортиментной, коммуникационной деятельности компании. Знать методы и показатели эффективности реализации и контроля маркетинговых функций компании.	1-4
2	Владение научной концепцией управления маркетинговой деятельностью компании на рынке. Владение методами и подходами планирования, организации, контроля маркетинговой деятельности.	1-4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	ОПК-3Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	

Владение научной концепцией управления маркетинговой деятельностью компании на рынке. Владение методами и подходами планирования, организации, контроля маркетинговой деятельности.	Знание основ концепции управления маркетингом.	Знание методологии управления различными видами маркетинговой деятельности.	Умение принимать управленческие решения применительно к конкретному проекту в области маркетинга.	Контролируемая самостоятельная работа, тестирование, решение задач, экзамен
---	--	---	---	---

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучающегося при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности

свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины			практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи
--	--	--	--

Шкала оценивания компетенций

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 1. Маркетинг как система управления предприятием.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

1. Назовите последовательность этапов в цикле управления маркетингом

- Стратегический маркетинг - разработка плана маркетинга - разработка планов и программ – контроль выполнения планов и программ – оценка эффективности решений - Ситуационный анализ
- Ситуационный анализ – стратегический маркетинг - разработка планов и программ - разработка плана маркетинга -- оценка эффективности решений контроль выполнения планов и программ
- Ситуационный анализ – стратегический маркетинг - разработка плана маркетинга - разработка планов и программ – контроль выполнения планов и программ – оценка эффективности решений

○ Стратегический маркетинг - Ситуационный анализ - Разработка плана маркетинга - Разработка планов и программ – оценка эффективности решений - контроль выполнения планов и программ –

2. Назовите первый этап цикла управления маркетингом.

- Стратегический маркетинг
- Контроль выполнения планов и программ
- Разработка плана маркетинга
- Ситуационный анализ
- Оценка эффективности решений
- Разработка планов и программ

3. Назовите методы дифференциации маркетингового предложения компании, которые используются в решении вопроса позиционирования.

- Дифференциация по товару
- Дифференциация по услугам
- Дифференциация по потребителям
- Дифференциация по персоналу
- Дифференциация по имиджу
- Дифференциация по сегментам

4. Какие функции выполняют ключевые показатели эффективности?

- аналитическая
- преобразовательная
- повышение эффективности работы компании
- стимулирующая
- контрольная
- стратегическая
- нормативная

Тема 4. Планирование и контроль маркетинговой деятельности.

Оценка эффективности маркетинговой деятельности.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

1.С позиции своей реализации маркетинговая стратегия непосредственно связана с:

- уставом предприятия
- планом и программой маркетинговой деятельности
- комплексом базовых решений по организации сети продаж
- нет правильного ответа

2. Маркетинговые активы компании включают :

- Линии по производству продукции
- стоимость бренда,

- клиентскую базу
- финансовые инвестиции

3. Назовите показатели, характеризующие активность сбытового посредника и качество его работы.

- Число спонсируемых дистрибьютором семинаров.
- Расходы на совместную рекламу и другие мероприятия продвижения
- Выручка в канале сбыта
- Количество обучающих программ продавцов
- Прибыль в канале сбыта

4. Можно говорить о высокой эффективности рекламы в интернет-среде, если ROI – коэффициент рентабельности инвестиций в рекламную кампанию:

- если $ROI \leq 1$,
- если $ROI = 1$.
- если $ROI - \geq 2$.
- если $ROI - \geq 4$.

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 2. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, позиционирование и другие функциональные стратегии.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Задание 1. В рамках сегментации потребителей при выборе магазина запасных частей для грузовых автомобилей, автобусов и прицепной техники использовались следующие поведенческие критерии: x_1 – важность цены как фактора выбора магазина ; x_2 – важность «наличия в магазине известных товарных марок»; x_3 - важность широты ассортимента; x_4 – важность местонахождения магазина. Результаты опроса сведены в

таблицу. Критерии оценивались по 7-ми балльной шкале. Выполните сегментацию клиентов с помощью методов иерархического кластерного анализа и опишите профиль полученных сегментов. Постройте дендрограмму.

Потребитель	X1	X2	X3	X4
1	7	1	2	5
2	3	6	5	2
3	6	3	4	7
4	2	7	7	2

Задание 2. В рамках сегментации потребителей при выборе детского стирального порошка использовались следующие поведенческие критерии: x1 – важность цены как фактора выбора товара ; x2 – важность известности марки (имидж бренда) x3- важность наличия на упаковке товара знаков соответствия качеству (ГОСТов, экологических знаков, сертифицированной системе менеджмента качества и др.). Результаты опроса сведены в таблицу. Критерии оценивались по 7-ми балльной шкале. Выполните сегментацию клиентов с помощью методов иерархического кластерного анализа и опишите профиль полученных сегментов. Постройте дендрограмму.

Потребитель	X1	X2	X3
1	7	4	2
2	4	7	7
3	3	6	5
4	7	3	1

Тема 3. Управленческие аспекты маркетингового анализа эффективности принятых управленческих решений.

Проверяемые компетенции

ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
-------	---

Задание 1. Выполните экономический анализ ассортимента производственной компании. Рассчитайте рентабельность товарных линий. Исходные данные приведены в таблице.

Таблица Прибыли и убытки по товарным линиям

Товарные линии продукты	Линия 1		Линия 2	
	А	В	С	Д
Цена	13	16	24	19
- прямые переменные затраты	9	14	20	8
= марж. прибыль на единицу продукции				
* кол-во реализации	20000	20000	40000	20000
= валовая марж.прибыль по продуктам				
- условно-постоянные затраты (FC1)	30000	38000	90000	40000

= прибыль по продуктам				
Σ = валовая марж.прибыль по товарным линиям				
- постоянные затраты на товарную линию(FC2)	25000		30000	
= валовая прибыль по товарным линиям				
Σ = марж. прибыль компании в целом (без учета FC3)				
- постоянные затраты компании в целом(FC3)		20000		
= прибыль компании				

Задание 2. Выполните стратегический анализ ассортимента с помощью модифицированной матрицы БКГ. Исходные данные для построения матрицы приведены в таблице.

Таблица – Объем реализации за год, тыс.руб

Номер группы	Группы товаров	Период				Итого
		1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	
1	Эхолоты\Картплоттеры с GPS\Радары	57810	43115	73930	83075	257930
2	Туристические навигаторы (для Рыбалки, Охоты, за Грибами)	119150	249710	302800	114400	786060
3	Экшн камеры(экстрим)	0	5550	5050	8250	18850
4	Авто навигаторы	70185	117840	161425	116115	465565
5	АвтоРегистраторы	16060	19420	15300	15500	66280
6	Часы	0	12300	0	0	12300
7	Велокомпьютеры	1500	7920	6220	3000	18640
8	Мотонавигаторы	15330	20190	4950	6000	46470
9	Багажники на крышу авто	1900	11000	5000	4500	22400
	Итого	281935	487045	574675	350840	1694495

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «**хорошо**» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если задача не решена.
Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является экзамен, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»**, **«неудовлетворительно»**.

Проверяемые компетенции:

ОПК- 3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
--------	---

Вопросы к экзамену

1. Эволюция развития концепции маркетинг-менеджмента.
2. Управление маркетингом: сущность, объект и субъект управления, функции управления.
3. Процесс управления маркетингом: этапы и их сущность. Стратегический и оперативный маркетинг.
4. Концепция системы сбалансированных показателей: предпосылки возникновения, авторы, сущность концепции.
5. Ключевые показатели эффективности: сущность, виды, функции, требования к разработке, анализу и управлению.
6. Стратегические перспективы концепции: цели и ключевые показатели эффективности их измеряющие.
7. Этапы формирования и принципы построения системы сбалансированных показателей.
8. Система сбалансированных показателей в маркетинге: требования к построению системы управления, принципы построения, специфика системы сбалансированных показателей в маркетинге.
9. Перспективы системы сбалансированных показателей в маркетинге. Типовые ключевые показатели эффективности, раскрывающие цели перспектив.
10. Модель разработки и внедрения системы сбалансированных показателей в маркетинге.

11. Этапы построения системы сбалансированных показателей как инструмента управления бизнес процессами в маркетинге.
12. Сегментация рынка: понятие, критерии, этапы.
13. Кластерный анализ как основной метод сегментации рынка: сущность, виды.
14. Алгоритм реализации иерархического метода кластерного анализа.
15. Алгоритм реализации методов дивизионного кластерного анализа.
16. Критерии качества классификации объектов в кластерном анализе.
17. Позиционирование компании на сегменте рынка: сущность, основа позиционирования, ошибки.
18. Карты-схемы восприятия рынка, как инструмент позиционирования компании: понятие, виды, аналитические возможности, алгоритм построения.
19. Методы факторного анализа как инструмента построения карты позиционирования: сущность, виды, применение в маркетинге.
20. Алгоритм реализации метода главных компонент: этапы и их сущность, интерпретация и проверка качества результатов.
21. Промышленный ассортимент: понятие, характеристики, стратегические и тактические задачи управления.
22. Портфельный анализ промышленного ассортимента: модифицированная матрица БКГ, алгоритм ее построения
23. SPASE-методика: диагностика положения фирмы и определение корпоративной стратегии.
24. Прибыль как основной показатель результативности ассортиментной политики. Система показателей прибыли.
25. Система показателей рентабельности промышленного ассортимента.
26. Состав и структура цены. Виды цен.
27. Ценовая стратегия компании, условия эффективного применения ценовой стратегии.
28. Этапы разработки ценовой стратегии.
29. Экономическая ценность товара: сущность, факторы, влияющие на восприятие ценности.
30. Ценовая сегментация рынка: сущность, приемы ценовой сегментации.
31. Финансовый анализ ценовых решений (анализ безубыточности ценовых решений): сущность, цель, методы.
32. Понятия канала распределения. Этапы построения канала сбыта и управления им.
33. Определение типа канала сбыта. Факторы, определяющие тип канала сбыта.
34. Выбор сбытовых посредников в канале распределения: этапы и критерии выбора посредника. Функции поставщика (производителя) товаров.
35. Организация эффективной работы канала распределения
36. Оценка эффективности работы канала сбыта.
37. Становление системы коммуникаций: этапы и их сущность.
38. Комплекс МК: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, пропаганда.
39. Современная классификация подсистем маркетинговых коммуникаций: ATL/BTL/GTL- коммуникации и их характеристика.
40. Инновационные инструменты коммуникаций: хай-тек-коммуникации, хай-хьюм-коммуникации.
41. Этапы разработки и планирования коммуникационной кампании: этапы и их сущность.
42. Оценка эффективности МК: виды эффективности и их оценка.

Критерии и шкала оценивания компетенций

ОТЛИЧНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

ХОРОШО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Текущий контроль представляет собой оценку преподавателем работы студента в течение семестра с использованием пятибалльной системы оценивания, дихотомической шкалы – зачет/незачет, учет посещаемости занятий. В течение всего семестра проводится: аудиторный контроль, внеаудиторный контроль, рубежный контроль, итоговый контроль.

Аудиторный контроль включает в себя учет посещаемости занятий, подготовку к практическим занятиям в виде конспекта, презентации и др.

Внеаудиторный контроль включает в себя выполнение самостоятельной работы студента в рамках изучения курса в виде выполнения практических заданий, решения задач, разработку презентаций, разработку творческих заданий и пр.

Рубежный контроль проводится после изучения темы и может включать в себя тестирование, решение задач по данной теме, выполнение творческих заданий.

Итоговый контроль представляет собой контроль по дисциплине в виде устного экзамена.

Промежуточный контроль может проводиться в форме итогового теста или письменного (устного) собеседования и оценивается по пятибалльной системе. В основе оценки следующие критерии: полнота, структурированность и правильность ответа по

сути поставленных вопросов. Оценка «отлично» выставляется студенту при правильном и глубоком раскрытии 90-100% билета. Если ответ студента в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, решена задача, то студент получает оценку «хорошо» (более 75% билета). Если ответ студента соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности (50-75% билета) – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны, то студент получает оценку «удовлетворительно». В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое взвешенное всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

Таблица – Коэффициенты значимости видов контроля

Аудиторный контроль	Внеаудиторный контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль
0,10	0,20	0,30	0,40

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

339.

138(075.8) М 266

Маркетинг: учеб. для бакалавров и специалистов вузов / С. Г. Божук [и др.] М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. 448с., ISBN: 978545901089-3. Номер доступа: bfu.9785459010893

7.2. Дополнительная учебная литература

339.138:004.738.5(075.8)

И 733

Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие/ [О. А. Кожушко [и др.]; М-во образования и науки РФ, Новосиб. нац. исслед. гос. ун-т, Компания INTELSIB. 2015, 313с., ISBN: 978544370445-6. **Номер доступа:** bfu.9785443704456

7.3. Для самостоятельной работы

1. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Л. П. Гаврилов, 2019. - 1 on-line, 372 с.
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой, 2019. - 1 on-line, 301 с.

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев, 2019. - 1 on-line, 315 с.
4. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. А. Казакова, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 240 с.
5. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой, 2019. - 1 on-line, 164 с.
6. Лифиц И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. для приклад. бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева, 2019. - 1 on-line, 405 с.
7. Мамонтов С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 174 с.
8. Маховикова Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 231 с.
9. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : в 2 ч. / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. Ч. 1, 2018. - 1 on-line, 257 с.
10. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для приклад. бакалавриата / [О. Н. Романенкова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Романенковой, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 456 с.
11. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов, 2015. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM), 552 с.
12. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / ред. Т. Г. Касьяненко, 2019. - 1 on-line, 437 с.
13. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. для акад. бакалавриата / Л. Н. Федотова, 2019. - 1 on-line, 391 с.

7.4. Нормативные документы

1. ФЗ «О защите прав потребителей».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/> (Договоры с ООО «Электронное Издательство № [] от [] г. Срок действия: []).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук или калькулятор или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (MicrosoftPowerPoint), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад - публичное сообщение, развернутое изложение какой-н. темы.

Доклад - вид самостоятельной научно - исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Процесс работы над докладом

Чтобы облегчить вам работу над докладом, предлагаем разбить процесс на четыре последовательных этапа. Надеемся, что знакомство с ними поможет вам овладеть необходимым инструментарием и разобраться в принципах построения письменной работы. Итак, эти четыре этапа включают: подготовку; составление плана; написание; окончательное редактирование.

Подготовка

Время, которое вы посвятите данному этапу работы, предопределит ее дальнейший ход. Тщательная подготовка вполне может рассматриваться как краеугольный камень будущего здания вашего доклада. Она позволит наиболее рациональным образом использовать имеющееся в вашем распоряжении время. В течение данного периода предстоит решить, что вы намерены писать и зачем, так что останется лишь определить для себя, как вы будете это делать.

Определитесь с общими целями предстоящей работы, исходя из материалов прослушанного курса и критериев предстоящей оценки вашего труда. Просмотрите пройденный материал. Это позволит окончательно избрать предмет и наметить цели работы, а также более четко осознать уровень предъявляемых к вам требований.

Не следует забывать, что в целом написание доклада — это непрерывный процесс принятия решений. В первую очередь вам необходимо принять решение по следующим пунктам:

- выбор конкретной темы;
- цели, преследуемые вами в работе;
- критерии успешности конечного результата;
- структура и формат изложения;
- характер словаря, верный стиль, правильный тон.

Принятые решения изложите на бумаге в виде руководящих указаний и сверяйтесь с ними в ходе последующих исследований и собственно написания работы.

Планирование

Планирование — необходимый этап. Оно позволит вам обрести большую ясность и в итоге поможет сэкономить время при сборе нужной информации, при работе над материалом и написании доклада.

Вам будет проще ориентироваться в массе предстоящих дел, если вы разобьете весь процесс на ряд самостоятельных задач:

- сбор данных и их анализ могут быть структурированы по источникам или разделам будущего доклада;
- написание доклада может также происходить по разделам (собственно текстовая часть) и по средствам графического представления материала (графики, таблицы, карты).

Кроме того, предстоит решить ряд вопросов, а именно:

какие фактологические данные необходимы для достижения конечной цели работы? где почерпнуть эти данные? какой объем данных необходим? каким образом проводить анализ собранной информации? как следует расположить в докладе факты и их анализ?

Попытки бессистемной работы выльются лишь в непродуктивное расходование времени и нерациональное использование накопленного материала. Поэтому, покончив с этапом «подготовки», переходите к планированию работы по сбору данных и их анализу, а также к самому процессу написания доклада. Хорошая организация — ключ к успеху.

Приведенная ниже последовательность действий поможет вам спланировать работу и определиться с методикой написания вашего доклада:

- определите источники необходимых вам данных (справочники и/или специальная литература);

- решите, какого характера данные по степени их уместности и достоверности вам подходят. Вы должны в полной мере понимать материал, которым оперируете;
- решите, каким образом вы будете представлять добытые сведения и свои выводы, в каком порядке они будут появляться на страницах вашего доклада, образуя его четкую и логичную структуру:
- составьте список того, что вам предстоит сделать;
- расположите дела в порядке очередности их выполнения;
- составьте реальный график работы по каждому из пунктов, включая подготовку чернового варианта доклад

Техника подготовки краткого изложения состоит в следующем:

- а) прочтите весь доклад;
- б) сформулируйте его главную тему;
- в) прочтите по отдельности каждый из разделов и вычлените их основные выводы или положения;
- г) объедините пункты б) и в) в несколько логичных и взаимосвязанных формулировок.

Помните, что задачей является подготовка краткого и ясного рассказа, который дал бы полное представление о характере вашего труда;д) прочитайте свое краткое изложение и убедитесь, что оно верно передает содержание вашего текста и предстанет в глазах читателя самостоятельным информативным произведением.

Алгоритм подготовки доклада (сообщения)

1. Определите тему! Сформулируйте ее основную мысль. Уточните срок, к которому доклад (сообщение) должен быть подготовлен.
2. Подберите литературу по данному вопросу с помощью библиографических пособий, библиотечного каталога и других источников. Составьте план работы над докладом (сообщением), получите консультацию преподавателя.
3. Внимательно прочитайте источник, в котором наиболее полно раскрыта тема вашего доклада. Составьте план доклада на основе этого источника.
4. Изучите дополнительную литературу, сделайте выписки (на листах или карточках), размещая их по разделам плана.
5. Не забывайте обращаться к справочной литературе. По вопросам, которые вас затрудняют, обращайтесь за консультацией к преподавателю.
6. Подготовьте окончательный текст доклада (сообщения).
7. Приступайте к оформлению выступления:
 - составьте подробный, развернутый план выступления, указывая в скобках фактический материал;
 - не забывайте ссылаться на используемые источники, тщательно аргументируйте свои выводы;
 - свое выступление завершите краткими выводами, которые должны оставлять у слушателей четкое представление о том, в чем вы хотели их убедить.
8. Несколько раз «проговорите» текст дома. Проконтролируйте отведенное вам время: если его окажется меньше, чем занимает выступление, сократите его, оставив только самое важное и интересное. Нужно уважать слушателей, говорить внятно и толково, чтобы вас было интересно слушать.

9. Будьте готовы ответить на вопросы товарищей и защищать свою точку зрения. Разница между докладом и сообщением — в характере переработки информации. Доклад содержит развернутое изложение, освещает вопрос преимущественно в теоретическом аспекте. Сообщение предлагает описание факта, сюжета, явления, причем довольно лаконичное.

Требования к презентациям

Общие требования:

1. Наличие титульного листа.
2. Соответствие теме сообщения.
3. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.
4. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Текст легко читаем.
5. Правильность используемой терминологии.
6. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.
7. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.
8. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.
9. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.
10. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)
11. Работа всех ссылок.
12. Единый стиль оформления всех слайдов.
13. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.
14. Целесообразно использование эффектов анимации.
15. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий, раздражающий характер.

К содержанию

- 1) соответствие заявленной теме и целям;
- 2) наличие логической связи между рассматриваемыми явлениями и показателями;
- 3) представление информации в виде картосхем, графиков и диаграмм;
- 4) отсутствие географических, грамматических и стилистических ошибок;
- 5) формулировка вывода по результатам проведенной работы.

К оформлению:

- 1) дизайн должен соответствовать содержанию презентации;
 - 2) анимационные эффекты не должны отвлекать от информации, представленной на слайде;
 - 3) предпочтительно представлять информации кратко, в виде схем, тезисов, карт, диаграмм и т.д., в едином стиле, масштабах и цветовой гамме;
 - 4) чередовать использование разных видов слайдов для обеспечения разнообразия,
 - 5) размер шрифта должен соответствовать важности информации.
- На первом слайде размещается тема работы и данные автора или авторов.

На последнем слайде обязательно должен присутствовать перечень используемой литературы, веб-сайты

Советы по составлению мультимедийной презентации

Стиль

- Соблюдайте единый стиль оформления.
- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).

Фон

- Для фона выбирайте более холодные тона (синий или зеленый).
- Использование цвета
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
- Для фона и текста используйте контрастные цвета.
- Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).

Анимационные эффекты

- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Содержание информации

- Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Расположение информации на странице

- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.

Шрифты

- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации – не менее 18.
- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).

Способы выделения информации

- Следует использовать:
- Рамки, границы, заливку;
- Разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки;
- Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов

Объем информации

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Виды слайдов

- Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- С текстом;
- С таблицами;
- С диаграммами.

Презентация исследования учащегося должна включать:

- Название исследования.
- Содержание.
- Цель самостоятельной работы.
- Ход и результат исследования.
- Выводы.
- Список использованных ресурсов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Программа SPSS

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) Белая магнитно-маркерная доска;
- 2) Пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010
- 3) Проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Балтийский федеральный университет имени И. Канта

«Утверждаю»

Директор института экономики,
управления и туризма, к.э.н., д.п.н., доц.



В.В. Алтунина
« 03 » 2021 г.

«Согласовано»

Зам. директора института экономики,
управления и туризма, к.э.н., доц.

Л.В. Пурьжова
« 03 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование: «Управленческий учет в маркетинге»

Шифр: 38.03.02

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Калининград
2021

СОДЕРЖАНИЕ

«Управленческий учет в маркетинге»	3
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент».....	3
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Содержание основных разделов и тем курса.....	5
4.2. Тематика практических занятий	6
4.3. Тематика самостоятельных работ.....	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.....	8
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	9
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины	11
6.3.1 Тестовые задания	11
6.3.2 Задачи	13
6.3.3 Темы рефератов и презентаций	15
6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине	18
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
7.1. Основная учебная литература.....	21
7.2. Дополнительная учебная литература	21
7.3. Нормативные документы	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	22
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	25
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	25

Наименование дисциплины (модуля)

«Управленческий учет в маркетинге»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Управленческий учет в маркетинге» является формирование базовых теоретических знаний и практических навыков в области управленческого учета, как информационной базы для принятия эффективных маркетинговых решений.

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Результаты обучения по дисциплине</i>	<i>Компетенции</i>	
	<i>Код</i>	<i>Содержание</i>
Знать: - содержание, содержание, основные концепции и общие принципы построения управленческого учета; - систему сбора, обработки и подготовки информации для различных подразделений аппарата управления организацией; - состав и содержание управленческой отчетности внутренних подразделений организации, включая маркетинговые службы; - порядок использования данных управленческого учета для анализа и принятия обоснованных маркетинговых решений	УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Уметь: - использовать знания о принципах управленческого учета для систематизации данных о затратах на производство и продажи, оценки себестоимости произведенной продукции и определения прибыли с позиции маркетинга; - проводить маркетинговый и управленческий анализ предприятия		
Владеть: - базовыми методами управленческого анализа; - практическими навыками составления операционных и финансовых бюджетов для осуществления контроля за эффективностью использования ресурсного потенциала организации и результатами деятельности предприятия; - навыками координации работы маркетинговых служб при выполнении бизнес-планов		

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата: дисциплина «Управленческий учет в маркетинге» относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору (Б1.В.ДВ.02.02) учебного плана подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в п.1 компетенций, содержится в ниже представленной таблице:

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
УК-10	Методы и модели прогнозирования Статистика Маркетинг	Управленческий учет в маркетинге	Международный маркетинг Маркетинг в социальных медиа Оценка деятельности персонала Выполнение ВКР Защита ВКР

Дисциплина изучается: на 3-м курсе в 5-ом семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

<i>Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем</i>	
Лекции	32
Лабораторные	-
Практические	32
Контролируемая самостоятельная работа	10
Индивидуальная контактная работа	0,25
Контактная работа, всего	74,25
Самостоятельная работа	33,75
Часов, всего	108
Зачетных единиц, всего	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего, час	В том числе						
		лекции		практические занятия		КСР	промежуточная аттестация	
		контакт. работа	СР	контакт. работа	СР	контакт. работа	контакт. работа	СР
Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга	16	4	2	4	4	2		
Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа	17	4	3	4	4	2		
Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга	37	12	5	12	5	3		
Тема 4. Бюджетирование и контроллинг в системе маркетинга	37	12	5	12	5	3		
Итого	108	32	15	32	18	10	0,25	0,75
Контактная работа	74,25	32		32		10	0,25	
Самостоятельная работа	33,75		15		18			0,75

4.1. Содержание основных разделов и тем курса

Наименование темы	Содержание темы
Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга	<p>Управленческий учет: понятие, цель, задачи. Принципы, функции, методы, предмет и объекты управленческого учета. Сходство и различия бухгалтерского финансового и управленческого учета в системе управления предприятием.</p> <p>Влияние организационной структуры предприятия на построение системы управленческого анализа.</p>
Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа	<p>Характеристика информации, формируемой в системе управленческого учета и анализа.</p> <p>Анализ взаимосвязи «затраты-объем-прибыль». Маржинальный доход, операционный леверидж, запас прочности. Методы определения точки безубыточности. Планирование ассортимента выпускаемой продукции.</p> <p>Использование данных управленческого учета для анализа и обоснования решений на разных уровнях управления. Применение функционально - стоимостного анализа (ФСА) для принятия управленческих решений.</p>
Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга	<p>Понятия «затраты», «расходы», «издержки». Классификация затрат по различным признакам, современные подходы к классификации.</p> <p>Классификация затрат для исчисления себестоимости продукции.</p> <p>Классификация затрат для принятия управленческих решений. Затраты условно-переменные, условно-постоянные; релевантные и нерелевантные; явные и альтернативные; безвозвратные; инкрементные и маргинальные.</p> <p>Классификация затрат для осуществления контроля и регулирования.</p> <p>Роль калькулирования себестоимости продукции в управлении организацией. Принципы калькулирования, его объекты и способы.</p> <p>Современные подходы к классификации методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции.</p> <p>Методы учета затрат по фактической, плановой (прогнозной), нормативной себестоимости. Попроцессный, попередельный, позаказный методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Методы учета затрат по полной производственной себестоимости и по неполной (сокращенной) производственной себестоимости (маржинальный метод).</p> <p>Нормативный метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Система «стандарт-костинг»: сущность, методика калькулирования себестоимости. Система «директ-костинг».</p>
Тема 4. Бюджетирование контроллинга в системе маркетинга	<p>Планирование; бюджетирование; отличие бюджетов от планов. Этапы и цели бюджетирования. Виды бюджетов. Основной бюджет предприятия и его составные части. Бюджет продаж. Бюджет производства. Бюджет материальных затрат и закупок. Бюджет трудовых затрат. Бюджет общепроизводственных расходов. Бюджет себестоимости продаж. Прогнозный отчет о финансовых результатах.</p> <p>Закрепление бюджетов за центрами ответственности и их роль во внутрихозяйственном контроле за исполнением бюджетов. Контроль исполнения бюджетов организации (контроллинг).</p> <p>Цели и блок-схема проведения анализа исполнения бюджетов организации. Анализ исполнения операционного бюджета: вертикальный и горизонтальный факторный анализ; трендовый анализ. Анализ исполнения инвестиционного бюджета.</p> <p>Заключительный этап анализа (этап «синтеза»). Выработка приоритетов следующего бюджетного периода.</p>

4.2. Тематика практических занятий

Наименование темы	Содержание практического занятия
Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга	Проведение семинарских занятий по следующим вопросам: Управленческий учет в системе управления. Сущность управленческого учета. Основные принципы управленческого учета (допущения и требования). Требования, предъявляемые к информации управленческого учёта. Исторический анализ развития управленческого учёта в России и за рубежом. Основные концепции организации управленческого учёта на предприятии. Структура организации и центры ответственности.
Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа	Проведение практического занятия по вопросу изучения структуры и содержания бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия. Принципы формирования показателей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Решение задач: Определение маржинального дохода, операционного леввериджа, запаса финансовой прочности. Планирование ассортимента выпускаемой продукции. Принятие решений по ценообразованию. Применение функционально-стоимостного анализа для принятия управленческих решений
Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга	Проведение семинарских занятий по следующим вопросам: Классификация затрат по экономическим элементам. Классификация затрат по статьям калькуляции. Учет затрат на производство продукции. Факторный анализ себестоимости выпущенной продукции. Анализ себестоимости отдельных видов продукции. Факторный анализ прямых материальных затрат в себестоимости продукции. Анализ расходов на оплату труда в себестоимости продукции. Анализ комплексных статей в себестоимости продукции. Факторный анализ затрат на рубль товарной продукции. Анализ резервов снижения себестоимости. «Стандарт-костинг»: методика, возможности применения. «Директ-костинг»: содержание, использование в отечественной практике. Организация бухгалтерского управленческого учета с использованием метода ABC. Организация управленческого учета по системе ABC («ActivityBasedCosting»). Система JIT («just-in-time»): сущность, отличия от традиционного производственного учета. Применение функционально-стоимостного анализа, как эффективного инструмента управленческого учета. Решение задач: Расчет распределения общепроизводственных и общехозяйственных расходов. Определение фактической производственной себестоимости продукции Методика определения финансового результата по системе «директ-костинг».
Тема 4. Бюджетирование контроллинга в системе маркетинга	Проведение практических занятий по направлениям: Разработка, контроль и анализ операционного бюджета производственной организации: бюджета продаж, производственной программы. Разработка, контроль и анализ бюджета материальных затрат и закупок. Разработка, контроль и анализ бюджета общепроизводственных расходов и других бюджетов. Разработка прогнозного баланса и прогнозного отчета о финансовых результатах.

4.3. Тематика самостоятельных работ

Наименование темы	Тематика самостоятельных работ
Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга	Исторический анализ развития управленческого учета в России и за рубежом. Вклад Шера И.Ф. в развитие управленческого учёта в России. Автономная и интегрированная системы управленческого учёта. Выбор учетной основы оценки. Методы оценки исполнения. Выбор показателя прибыли и инвестиций. Варианты оценки активов. Понятие внутреннего контроля. Факторы, влияющие на систему внутреннего контроля. Система управленческой отчетности предприятия.
Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа	Обоснование безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия. Обоснование решения о принятии заказа по цене ниже себестоимости продукции. Обоснование состава и структуры товарной продукции. Обоснование цены на выводимую на рынок продукцию. Определение рыночной равновесной цены. Обоснование решения «производить или покупать». Современные методы анализа для обоснования управленческих решений.
Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга	Цели, задачи и содержание анализа издержек, состав, классификация, формирование себестоимости объема выпуска продукции и объема продаж. Факторный анализ себестоимости выпущенной продукции. Анализ себестоимости отдельных видов продукции. Факторный анализ прямых материальных затрат в себестоимости продукции. Анализ расходов на оплату труда в себестоимости продукции. Анализ комплексных статей в себестоимости продукции. Факторный анализ затрат на рубль товарной продукции. Анализ резервов снижения себестоимости.
Тема 4. Бюджетирование контроллинга в системе маркетинга	Эволюция бюджетирования, характеристика бюджетов, типы бюджетов, преимущества бюджетирования, модели финансового планирования, учет по центрам ответственности. Статичный бюджет. Гибкий бюджет. Детализация отклонений. Стандарты для материалов и трудозатрат, влияние остатков. Ведение синтетического учета. Контрольные параметры. Определение отклонений. Калькулирование переменных и постоянных общепроизводственных расходов. Отражение производственных накладных расходов. «Стандарт костинг», нормальное и фактическое калькулирование. Анализ отклонений по постоянным расходам. Отражение отклонений в учете. Сравнение методов учета затрат. Отклонение от нормативов и формирование отчета о финансовых результатах. Корректировка величины запасов.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- Материалы лекций;
- Материалы семинарских занятий;
- Учебно-методическая литература;
- Информационные ресурсы «Интернета»;
- Методические рекомендации и указания;
- Фонды оценочных средств.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении студентами дисциплины «Управленческий учет в маркетинге» являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами.

Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций		Способ контроля
		текущий контроль по дисциплине	промежуточный контроль по дисциплине	
Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга	УК-10	реферат		устно
Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа	УК-10	тестирование		письменно
Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга	УК-10	тестирование		письменно
Тема 4. Бюджетирование контроллинг в системе маркетинга	УК-10	тестирование решение задач		письменно письменно
	УК-10		Зачет с оценкой	устно

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	УК-10	
Этап формирования	Содержание этапа	Номера тем (раздел 4 настоящей РПД)
1 Получить знания формирования управленческой и финансовой отчетности с учетом влияния различных методов и способов управленческого учета и анализа в маркетинговой деятельности предприятия	Изучение особенностей использования данных управленческого учета для анализа и принятия обоснованных управленческих решений, исследование основных моделей управления маркетинговой деятельностью предприятия. Формы реализации этапа: проведение лекционных и практических занятий; подготовка и защита рефератов; тестирование.	Тема 1 Тема 2 Тема 3
2 Уметь использовать современные методы обработки учетной и деловой информации и корпоративных информационных систем при проведении маркетингового анализа на предприятии	Получение практических навыков использования информационной системы бухгалтерского управленческого учета, проведения финансового анализа текущего состояния предприятия и осуществление прогнозирования финансового состояния с позиции маркетинга. Овладение базовыми методами управленческого анализа, навыками системного анализа маркетинговой деятельности предприятия. Формы реализации этапа: проведение лекционных и практических занятий; тестирование; контрольная работа (решение задач).	Тема 2 Тема 4

Критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критерия оценки по формируемой компетенции в части теоретического освоения материалы дисциплины. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний и полученных практических навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня подготовки по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине, может выставляться и при неполной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций

Код компетенции	УК-10 - Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			Тип ФОС
Показатели оценивания	Уровни сформированности компетенций			
	Пороговый	Продвинутый	Высокий	
Способность формировать и использовать эффективные системы управленческого учета и маркетингового анализа на предприятии	Знание теории формирования систем управленческого учета и маркетингового анализа	Знание методов построения и использования эффективных систем управленческого учета и маркетингового анализа	Умение применять теорию и методологию построения, использования и внедрения эффективных систем управленческого учета и маркетингового анализа в различных сферах деятельности и организационно-правовых форм	тестирование, реферат, задачи, зачет с оценкой

Шкала оценивания компетенций

Оценка «не зачтено» «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «зачтено» «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «зачтено» «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «зачтено» «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

Шкала оценивания компетенций

Оценка «не зачтено» «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «зачтено» «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «зачтено» «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «зачтено» «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций.	При наличии от 50% до 80 % сформированных компетенций по дисциплине	При наличии от 80% до 100 % сформированных компетенций по дисциплине	При 100 % сформированных компетенций по дисциплине

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

6.3.1 Тестовые задания

Целью тестирования является закрепление, углубление и систематизация знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы; проведение тестирования позволяет ускорить контроль за усвоением знаний и объективизировать процедуру оценки знаний студента.

Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Примеры тестовых заданий

1. В чем состоят задачи управленческого учета?

- а) формирование достоверной и полной информации о внутрихозяйственных процессах и результатах деятельности и предоставление этой информации руководству предприятия путем сопоставления внутренней финансовой отчетности
- б) формирование достоверной и полной информации о внутрихозяйственных процессах и результатах деятельности и предоставление этой информации руководству предприятия путем сопоставления внутренней финансовой отчетности; планирование и контроль экономической эффективности деятельности предприятия и его центров ответственности
- в) формирование информационной базы для принятия решений; выявление резервов повышения эффективности деятельности предприятия

2. К внешним пользователям учетной информации относятся

- а) управленческий персонал организации
- б) покупатели
- в) члены Совета директоров
- г) банки

3. Основным объектом управленческого учета является:

- а) носители затрат (продукт) либо продукция, выпущенная из производства в отчетном месяце, или «товарный» выпуск продукции, а также незавершенное производство
- б) место возникновения затрат (цеха)
- в) место возникновения затрат (цеха), носители затрат (продукт) либо продукция, выпущенная из производства в отчетном месяце, или «товарный» выпуск продукции, а также незавершенное производство

Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Примеры тестовых заданий

1. На стадии процесса снабжения калькулируется

- а) заготовительная себестоимость предметов труда
- б) производственная себестоимость продукции, работ, услуг
- в) полная фактическая себестоимость проданной продукции

2. При использовании метода ФИФО израсходованные материалы оценивают

- а) вначале по себестоимости последней партии, затем по себестоимости предыдущей
- б) вначале по себестоимости первой партии, затем по себестоимости последующих

3. Система «стандарт-костинг» выявляет:

- а) отклонение расчетных затрат от их плановых (стандартных) значений
- б) отклонение фактических затрат от их плановых (стандартных) значений
- в) отклонение фактической прибыли от плановой

Тема 4. Бюджетирование и контроллинг в системе маркетинга

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Примеры тестовых заданий

1. Цели бюджетирования

- а) выявление потребности в денежных ресурсах и оптимизация денежных потоков
- б) определение стратегии деятельности организации
- в) планирование финансово-хозяйственной деятельности на определенный период
- г) оптимизация затрат и прибыли

2. Маржинальный доход исчисляют

- а) вычитанием из выручки от продаж переменных и постоянных расходов
- б) вычитанием из выручки от продаж переменных расходов

3. Бюджет денежных средств составляют по

- а) основной деятельности
- б) вспомогательной деятельности
- в) финансовой деятельности

Критерии и шкала оценивания компетенций

При оценивании степени усвоения компетенций путем проведения тестирования используется следующая шкала:

- менее 50 % правильных ответов – неудовлетворительно (недостаточный уровень освоения компетенции);
- 50 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно (пороговый уровень освоения компетенции);
- 70 – 89 % правильных ответов – хорошо (продвинутый уровень освоения компетенции);
- 90 – 100 % правильных ответов – отлично (высокий уровень освоения компетенции).

6.3.2 Задачи

Тема 4. Бюджетирование и контроллинг в системе маркетинга

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Примеры контрольных заданий

Используя данные финансовой отчетности предприятия (бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах), выполнить следующие задания и сделать соответствующие выводы:

Задание 1. Провести *горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса*; построить *диаграммы, отражающие структуру и динамику активов и пассивов*.

Задание 2. Провести *горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах*; *графически отразить динамику показателей прибыли*.

Задание 3. Рассчитать и оценить *относительные и абсолютные показатели финансовой устойчивости предприятия*.

Задание 4. Построить *пяти- и двухфакторную модели оценки угрозы банкротства*.

Бухгалтерский баланс ООО «ЛюксТорг» на 31 декабря 2020г., тыс. руб.

Наименование статьи	На 31/12/20	На 31/12/19	На 31/12/18
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	-	-	-
Основные средства	1348	1243	1068
Незавершенное строительство	-	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	-	-	-
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ I	<u>1348</u>	<u>1243</u>	<u>1068</u>
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1325	1000	890
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	52	69	14
Краткосрочная дебиторская задолженность	62	28	103
Краткосрочные финансовые вложения	-	-	-
Денежные средства	982	893	420
Прочие оборотные активы	-	-	-
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ II	<u>2421</u>	<u>1990</u>	<u>1427</u>
БАЛАНС	<u>3769</u>	<u>3233</u>	<u>2495</u>
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставной капитал	10	10	10
Добавочный капитал	1534	1439	778
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	793	457	615
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ III	<u>2337</u>	<u>1906</u>	<u>1403</u>
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	-	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	-	-	-
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ IV	-	-	-
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заемные средства	714	626	700
Кредиторская задолженность	718	701	392
в том числе:			
поставщики и подрядчики	643	534	302
зadolженность перед персоналом организации	52	76	37
зadolженность по налогам и сборам	23	82	41
прочие кредиторы	-	9	12
Доходы будущих периодов	-	-	-
Резервы предстоящих расходов	-	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	-	-	-
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ V	<u>1432</u>	<u>1327</u>	<u>1092</u>
БАЛАНС	<u>3769</u>	<u>3233</u>	<u>2495</u>

Отчет о финансовых результатах ООО «ЛюксТорг» за 2020 год, тыс. руб.

Наименование показателя	За 2020 год	За 2019 год
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг	3267	2356
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	2687	2064
Валовая прибыль (убыток)	580	292
Коммерческие расходы	12	9
Управленческие расходы	19	12
Прибыль (убыток) от продаж	549	271
Проценты к уплате	-	-
Прочие доходы	-	-
Прочие расходы	31	45
Прибыль (убыток) до налогообложения	518	226
Текущий налог на прибыль	104	45
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	414	181

Критерии и шкала оценивания компетенций

Формирование компетенции оценивается следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, сделан анализ полученного решения, и сделаны выводы о целесообразности использования модели в практике.

Оценка «хорошо» -выставляется студенту, если задача решена полностью в соответствии с алгоритмом, анализ полученного решения проведен неполностью.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задача решена не полностью, но в соответствии с алгоритмом.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задача не решена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов.

6.3.3 Темы рефератов и презентаций

Реферат – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании реферата необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;

- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы реферата;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;
- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Объем реферата может достигать 10-15 страниц. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга

Проверяемая компетенция

Код компетенции	Содержание компетенции
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Темы рефератов

1. Исторический анализ развития управленческого учета в России и за рубежом
2. Сущность, содержание и принципы управленческого учета
3. Сравнительная характеристика систем финансового и управленческого учета
4. Основные концепции организации управленческого учёта на предприятии
5. Порядок организации управленческого учета: автономная и интегрированная системы управленческого учёта
6. Использование информационной системы управленческого учета для обоснования решений на разных уровнях управления
7. Понятие и виды управленческих решений. Задачи, решаемые на базе информации управленческого учета
8. Принятие управленческих решений: анализ безубыточности производства
9. Маржинальный доход и точка критического объёма продаж. Запас финансовой устойчивости
10. Принятие управленческих решений: оценка операционного леввериджа
11. Понятие и порядок формирования учетной политики для целей управленческого учёта
12. Выбор вариантов учета и оценки объектов учета в учётной политике для целей управленческого учёта
13. Организационный, технический и методический аспекты учётной политики для целей управленческого учёта
14. Выбор техники, формы и организации управленческого учета в учётной политике для целей управленческого учёта
15. Понятие управленческой отчётности. Требования, предъявляемые к управленческой отчётности.
16. Этапы формирования управленческой отчётности
17. Виды управленческой отчётности

18. Использование информации управленческой отчетности для оценки эффективности деятельности центров ответственности

Тема реферата также может быть индивидуально предложена студентом. Все темы рефератов согласуются с преподавателем.

Шкала оценивания компетенций по результатам презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов на вопросы

Дескрипторы для поэлементного оценивания реферата

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании реферата

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

6.3.5 Промежуточный контроль по дисциплине

Промежуточной формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **зачет с оценкой**, который служит для оценки работы студента в течение семестра. Он призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса. Каждый студент имеет право воспользоваться лекционными материалами и методическими разработками.

По итогам контроля выставляется оценка по шкале порядка: **«зачтено (отлично)»**, **«зачтено(хорошо)»**, **«зачтено (удовлетворительно)»**, **«не зачтено»**.

Проверяемая компетенция

<i>Код компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-10	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Вопросы к зачету:

1. Управленческий учет в системе маркетинга
2. Цель и задачи управленческого учета
3. Функции и принципы управленческого учета
4. Пользователи управленческой информации
5. Основное равенство бухгалтерского учета
6. Предмет и объекты управленческого учета
7. Общая характеристика метода бухгалтерского учета
8. Общая схема учета затрат на производство
9. Управленческий учет: понятие, задачи, функции
10. Центры ответственности: понятие, классификация
11. Управленческий учет: методы, принципы
12. Классификация затрат в управленческом учете для оценки материально-производственных запасов и определения прибыли
13. Классификация затрат в управленческом учете для принятия решений и планирования
14. Общая характеристика основных методов учета затрат в управленческом учете
15. Принятие управленческих решений на основе информации управленческого учета
16. Бухгалтерская модель безубыточности (CVP-анализ)
17. Бюджетирование в управленческом учете: понятие, функции бюджета
18. Основные этапы формирования бюджета
19. Структура главного (общего) бюджета организации
20. Бюджет денежных средств организации
21. Сравнительная характеристика финансового и управленческого учета
22. Характеристика состава и структуры бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия как основного источника информации для управленческого и маркетингового анализа предприятия

Критерии и шкала оценивания компетенций

«ЗАЧТЕНО (ОТЛИЧНО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

«ЗАЧТЕНО (ХОРОШО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен

литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«ЗАЧТЕНО (УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО)» ставится в случае, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

«НЕ ЗАЧТЕНО(НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО)» ставится в случае, если ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Степень освоения студентами учебного курса контролируется с помощью методологии рейтинговых оценок. На основе оценок текущего и промежуточного контроля определяется итоговый рейтинг студента по дисциплине.

Текущий контроль представляет собой стобальную оценку преподавателем работы студента в течение семестра. Оценивается выполнение самостоятельных работ, рефератов, тестов или письменных контрольных опросов, а также посещаемость занятий, активность на семинарах, результаты выполнения практических заданий и участия в деловых играх.

Тестирование или письменный контрольный опрос проводится после изучения тем учебного курса. Тесты или контрольная работа оцениваются по стобальной системе.

Реферат оценивается также по стобальной системе. Подготовка рефератов осуществляется в течение всего периода обучения по курсу, представление результатов работы осуществляется на практическом занятии в период изучения соответствующей темы. При оценке реферата оценивается как его содержание и полнота раскрытия темы, так и доклад при защите работы, презентация, а также ответы на вопросы.

Промежуточный контроль проводится в форме устного собеседования и оценивается по стобальной системе на основе следующих критериев: полноты, структурированности и правильности ответа по сути поставленных вопросов. При этом 80-100 баллов соответствуют наиболее полному и правильному структурированному ответу, 65-79 - ответ в целом соответствует содержанию поставленных вопросов, раскрыты суть и наибольшее число аспектов темы, 51-64 - ответ соответствует тематике, однако упущен ряд аспектов и присутствуют неточности, менее 50 баллов – тема недостаточно раскрыта, формулировки расплывчаты и некорректны.

Итоговый рейтинг определяется как среднее арифметическое всех рейтинговых оценок текущего и промежуточного контроля.

На основе итогового рейтинга студент получает оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» путем перевода стобальной системы в четырехбалльную. Оценка «отлично» ставится при рейтинге 90-100 баллов, оценка

«хорошо» - при рейтинге 71-89 баллов, оценка «удовлетворительно» - при рейтинге 55-70 баллов, оценка «неудовлетворительно» - при рейтинге менее 55 баллов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная учебная литература

Каверина, О. Д. Управленческий учет : учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / О. Д. Каверина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 389 с. — (Бакалавр и специалист). — ISBN 978-5-534-10740-1.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

Волкова, О. Н. Управленческий учет : учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / О. Н. Волкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 461 с. — (Бакалавр и специалист). — ISBN 978-5-534-10748-7.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

7.2. Дополнительная учебная литература

Дмитриева, И. М.

Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учеб. для акад. бакалавриата/ И. М. Дмитриева; И. В. Захаров, О. Н. Калачева ; под ред. И. М. Дмитриевой. - Москва: Юрайт, 2019. - 1 on-line, 358 с.. - (Бакалавр. Академический курс). - Лицензия до 31.12.2019. - ISBN 978-5-534-03353-3: Б.ц.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments: ЭБС Юрайт(1)
Свободны / free: ЭБС Юрайт(1)

657

Г 687

Горелик, О. М.

Управленческий учет и анализ: учеб. пособие для вузов/ О. М. Горелик, Л. А. Парамонова, Э. Ш. Низамова. - М.: КноРус, 2009. - 252, [1] с.: ил., табл.. - Библиогр.: с. 228-229 (22 назв.). - ISBN 978-5-390-00334-3: 121.00, 121.00, р.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments:
всего /all 57: УБ(55), НА(1), ч.з.N5(1)

657

К 642

Кондраков, Н. П.

Бухгалтерский управленческий учет: учеб. пособие для вузов/ Н.П. Кондраков, М.А. Иванова. - М.: ИНФРА-М, 2008, 2009. - 367, [1] с.: ил., табл.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 359 (14 назв.). - ISBN 978-5-16-002318-2: 200.53, 200.53, р.

Имеются экземпляры в отделах / There are copies in departments:
всего /all 17: ч.з.N5(1), УБ(16)

7.3. Литература для самостоятельной работы

1. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. для вузов/ М. А. Вахрушина; Финанс. ун-т при Правительстве РФ. - 8-е изд., перераб. и доп.. - М.: Нац. образование, 2017. - 671с.

2. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов/ [В. И. Бариленко [и др.]; под общ. ред. В. И. Бариленко. – М.: Форум, 2014. – 463с.
3. Управленческий учет: учеб. для вузов/ Е. Ю. Воронова. - М.: Юрайт, 2016. - 551 с.
4. Управленческий учет: учеб. пособие / под ред. Я. В. Соколова. - М.: Магистр, 2009. – 428с.

7.4. Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 26.07.2006) // СЗ РФ. – 1994. – N 32. –КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2016]
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 07.02.2011) // СЗ РФ. – 1996. – N 5 –КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья): федер. закон от 26.11.2001 N 146-ФЗ (ред. от 30.06.2008) // СЗ РФ. – 2001. – N 49 – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): федер. закон от 18.12.2006. N 230-ФЗ (ред. от 04.10.2010) // СЗ РФ. – 2006. – N 52 (ч. 1) – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.07.2011) // Российская газета. – 1998. – №№ 148-149. – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс]. – [М., 2016]
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 19.07.2011) // СЗ РФ. – 2000. – № 32. –КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
7. О бухгалтерском учете: федер. закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ // Российская газета. – 2011. – № 5654 (278). – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
8. Об акционерных обществах: федер. закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 28.12.2010) // СЗ РФ. – 1996. – № 1.– КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
9. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: приказ Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н (ред. от 24.12.2010) // Бюллетень нормативных актов федер. органов исполнительной власти. –1998. – № 23. – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
10. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету (вместе с Положением по бухгалтерскому учету: Учетная политика организации: ПБУ 1/2008; Положением по бухгалтерскому учету: Изменения оценочных значений: ПБУ 21/2008): приказ Минфина РФ от 06.10.2008 № 106н (ред. от 08.11.2010) // Бюллетень нормативных актов федер. органов исполнительной власти. – 2008. – № 44. – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
11. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету: Доходы организации: ПБУ 9/99: приказ Минфина РФ от 06.05.1999 № 32н (ред. 08.11.2010) // Российская газета. – 1999. – № 116 – 117. –КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]
12. Об утверждении Положений по бухгалтерскому учету: Расходы организации: ПБУ 10/99: приказ Минфина России от 06.05.1999 г. № 33н // Бюллетень нормативных актов федер. органов исполнительной власти. – 1999. – № 26. – КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] – [М., 2016]

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. «Национальная электронная библиотека». (Договор с ФГБУ «РГБ» №

101/НЭБ/1080 от 17 ноября 2015 г.). Срок действия: 1 год с автоматической пролонгацией. (Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1080-п от 27 сентября 2018 г.). Срок действия: 5 лет с автоматической пролонгацией.

2. ЭБС Кантиана (<http://lib.kantiana.ru/irbis/standart/ELIB>). Срок действия: бессрочно.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. (Договоры с ООО «РУНЭБ» № SU-12-09/2014-1 от 12 сентября 2014 года и № SU-14-12/2018-2042 от 21 декабря 2018 года). Срок действия: 1 год, доступ сохраняется на сервере <http://elibrary.ru> в течение 9 лет после окончания срока обслуживания по гарантии.

4. ЭБС «Юрайт». (Договоры с ООО «Электронное Издательство ЮРАЙТ» № 2324 от 25.12.2017 г. Срок действия: 26.12.18 и № 2043 от 21.12.2018 г. Срок действия: 26.12.19).

9.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине(модулю)

Общие рекомендации

При освоении дисциплины рекомендуется по возможности посещать занятия, внимательно следить за изложением материала преподавателем и задавать вопросы немедленно при их возникновении. Перед началом очередного практического занятия рекомендуется повторить лекционный материал, соответствующий практическому занятию и материал предыдущего практического занятия. На все без исключения занятия с собой следует иметь средства для проведения расчетов (ноутбук, или калькулятор, или телефон с соответствующими возможностями) и таблицы финансовых факторов.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Выполнение самостоятельной работы студентом требует точного и полного усвоения поставленной задачи. При необходимости конкретизации вопроса следует обратиться к преподавателю за разъяснениями. При выполнении самостоятельной работы студенту рекомендуется обращаться к текстам основной и дополнительной литературы и информационным системам, указанным в настоящей рабочей программе.

Методические рекомендации по организации групповой работы и решению ситуационных задач

Групповая работа по решению ситуационных задач в первую очередь требует внимательного изучения задания и поставленных в нем вопросов каждым членом группы индивидуально. В дальнейшем рекомендуется сделать общее обсуждение содержания задания для выяснения однозначности понимания изложенного материала и поставленных вопросов. В случае ограниченности во времени рекомендуется назначить формального «руководителя», отвечающего за готовность группы к презентации и «контролера», отслеживающего регламент. В случае серьезного расхождения во взглядах на решение поставленной задачи, во время презентации группа может доложить о наличии особого мнения. Презентация должна быть готова в электронном виде (Microsoft Power Point), быть краткой и информативной.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Алгоритм написания и защиты реферата

Реферат - письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. referre — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной

публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа.

1. Подготовка к написанию

1. Выбор темы и её осмысление
2. Сбор информации
3. Конструирование оглавления

В оглавлении предусмотрены такие пункты:

- 1) введение (постановка проблемы, история вопроса);
- 2) основная часть, которая должна быть выдержана в научном стиле, а именно: строгая логичность в изложении, т.е. все предложения выстраиваются по принципу причинно-следственных связей; выводы, вытекающие из фактов; объективность изложения фактов; употребление неопределенно-личных местоимений вместо местоимения «я»;
- 3) заключение (основной вывод, пути решения поставленной проблемы и т. д.).

2. Написание реферата

- обязательно наличие следующих блоков: титульный лист, оглавление, собственно текст, библиографический список, сноски на термины и источники, перечень сокращений;

- основные требования к оформлению чистовика: нумерация страниц, желательно печатный текст (кегель 14 полуторный интервал) в компьютерном исполнении;

- рисунки, графики и таблицы должны быть четкими и понятными и иметь соответствующие пояснения;

- общий объем реферата не более 15 машинописных страниц формата листа А4.

В общем случае реферат должен состоять из 3 основных разделов или глав:

I «Вступительная часть». Эта короткая глава должна содержать: обоснование выбора темы реферата; цель работы, описание задач, решаемых в данном реферате; анализ источников и литературы по данному вопросу (при необходимости). Здесь от автора реферата требуется не только указать, что и кем было ранее написано, но и попытаться охарактеризовать материал, который он использовал при написании реферата.

Введение заканчивается словами: «Реферат состоит из введения, ... глав и заключения. Во введении дан анализ литературы и сформулированы основные идеи работы. Глава 1 посвящена ... Во 2-й главе речь пойдет о ... В заключении сформулированы основные выводы ...».

II «Основная научная часть реферата». Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных различным аспектам выбранной темы. Алгоритмы написания основной части могут быть разными. Выводы формулируются в основной части реферата согласно логике изложения. В тексте формулировки выводов выделяются в абзац и начинаются словами: «Итак...», «Таким образом...».

III «Заключение. Выводы». В заключении реферата должен кратко (не более чем на 1 стр.) сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Библиографический список оформляется в алфавитном порядке.

Во время работы над рефератом необходимо делать ссылки на источники информации, а также правильно оформить сноски.

Ссылки обязательно делаются:

- при цитировании;
- при указании цифр, фактов, названий;
- при формулировании определений.

3. Подготовка к защите реферата.

1. Общие рекомендации:

- хорошо воспринимается эмоциональное и короткое по времени (не более 5-7 минут) изложение материала с использованием интересных примеров;
- логика изложения позволяет слушателям лучше понять выступающего;
- употребляйте только понятные аудитории термины;
- хорошо воспринимается рассказ, а не чтение текста;
- ваше выступление выиграет, если Вы будете максимально использовать наглядный материал;
- постарайтесь предупредить возможные вопросы.

4. Рекомендации выступающему.

- начните свое выступление с приветствия экзаменационной комиссии и аудитории;
- огласите название вашего реферата, сформулируйте его основную идею и причину выбора темы;
- не забывайте об уважении к слушателям в течение всего выступления (не поворачивайтесь к аудитории спиной, говорите внятно);
- поблагодарите слушателей за внимание;
- старайтесь ответить на все вопросы аудитории.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень программного обеспечения

Программа MicrosoftWord

Программа MicrosoftExcel

Перечень информационных справочных систем

1. Правовая информационная система «Консультант+» (www.consultant.ru)
2. Система электронного образовательного контента (<http://lms-3.kantiana.ru/>)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения качества образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

- 1) белая магнитно-маркерная доска;
- 2) пользовательский компьютер со следующими характеристиками: Windows 7, MS Office 2010;
- 3) проектор (стационарный) или LED - панель.

Для проведения тестирования студентов необходимо наличие компьютерного класса

Учебная дисциплина «Управленческий учет в маркетинге»	
Цель изучения дисциплины	Формирование базовых теоретических знаний и практических навыков в области управленческого учета, как информационной базы для принятия эффективных маркетинговых решений
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10 Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - содержание, содержание, основные концепции и общие принципы построения управленческого учета; - систему сбора, обработки и подготовки информации для различных подразделений аппарата управления организацией; - состав и содержание управленческой отчетности внутренних подразделений организации, включая маркетинговые службы; - порядок использования данных управленческого учета для анализа и принятия обоснованных маркетинговых решений
	Уметь: - использовать знания о принципах управленческого учета для систематизации данных о затратах на производство и продажи, оценки себестоимости произведенной продукции и определения прибыли с позиции маркетинга; - проводить маркетинговый и управленческий анализ предприятия
	Владеть: - базовыми методами управленческого анализа; - практическими навыками составления операционных и финансовых бюджетов для осуществления контроля за эффективностью использования ресурсного потенциала организации и результатами деятельности предприятия; - навыками координации работы маркетинговых служб при выполнении бизнес-планов
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Место управленческого учета в системе маркетинга
	Тема 2. Информационная база управленческого учета и маркетингового анализа
	Тема 3. Современные системы учета затрат и калькулирования себестоимости с позиции маркетинга
	Тема 4. Бюджетирование контроллинга в системе маркетинга
Трудоёмкость (з.е. / часы)	3 з.е. /108 часов
Форма итогового контроля знаний	Зачет с оценкой