

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор НОУ ВО «ТИБ»

С.Л. Красинский

« 12 »

2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация	бакалавр
Учебный план набора	2022
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «*Иностранный язык*» состоит в формировании системы теоретических и методологических знаний основ разработки и внедрения кадровой и управленческой документации.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «*Иностранный язык*» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- повышать уровень учебной автономии, способности к самообразованию;
- развивать информационную культуру;
- развивать когнитивные и исследовательские умения;
- расширять кругозор и повышать общую культуру студентов;
- воспитывать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «*Иностранный язык*» относится к *дисциплинам обязательной части* Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениям компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин: История

Дисциплина «*Иностранный язык*» является предшествующей для следующих дисциплин: «Управление человеческими ресурсами»

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направленно на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Определяет свою роль в команде, эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи	Знает основные принципы организации работы в команде	Определять командные задачи и основные способы взаимодействия с различными членами команды	Методами эффективного взаимодействия с другими членами команды
2	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь.	Нормы грамматики русского и английского языка		Способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь на русском и английском языках
			УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках		Искать необходимую информацию при помощи информационно-коммуникационных технологий на русском и английском языках	
			УК-4.4. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах)		Использовать необходимый словарный запас на русском и английском языках для организации коммуникации на русском и английском языках	Навыками восприятия и анализа устной и письменной деловой информации на русском и английском языках
			УК-4.5. Демонстрирует			

			умение выполнять перевод текстов с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).			
1	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям	Знает основные культурные и исторические традиции групп людей, с которыми вступает во взаимодействие		Владеет навыками взаимодействия с различными группами людей с учетом социальных, культурных и исторических традиций

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО) Всего часов	Заочная форма обучения (ЗО) Всего часов
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)			
В том числе:			
Лекции (Л)			
Практические занятия (ПЗ)	48		
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего) (СРС)	60		
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Контрольная работа			
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))			
Общая трудоемкость	108 час		
	3 зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)		

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

Не предусмотрено

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Человек. Знакомство (формулы вежливости). Внешность. Черты характера	5		УК-3, УК-4, УК-5
2.	Моё портфолио (резюме, биография, хобби, форма письма)	4		УК-3, УК-4, УК-5
3.	Мои личные планы (планирование семьи, жизни, путешествие, бюджет)	4		УК-3, УК-4, УК-5
4.	Город. Москва – история, достопримечательности	4		УК-3, УК-4, УК-5
5.	Петербург	4		УК-3, УК-4, УК-5
6.	Томск	4		УК-3, УК-4, УК-5
7.	Лондон	4		УК-3, УК-4, УК-5
8.	Россия	4		УК-3, УК-4, УК-5

9.	Англоязычные страны (Англия, США, Австралия, Канада)	5		УК-3, УК-4, УК-5
10.	Истории успешного предпринимательства	5		УК-3, УК-4, УК-5
11.	Известные предприниматели России, Великобритании, США.	5		УК-3, УК-4, УК-5

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Человек. Знакомство (формулы вежливости). Внешность. Черты характера. Моё портфолио (резюме, биография, хобби, форма письма). Мои личные планы (планирование семьи, жизни, путешествие, бюджет)	ДР, ЛИТ, ПС			Составление визитной карточки; монолог-описание (своего друга, идеал); эссе; письмо о себе; электронное письмо другу.	УК-3, УК-4, УК-5
2.	Город. Москва – история, достопримечательности. Петербург. Томск. Лондон. Россия	ДР, ЛИТ, ПС			Реферат – «Знаменитые города России, Великобритании, США»; письменные проектные задания (буклет, рекламные листовки).	УК-3, УК-4, УК-5
3.	Англоязычные страны (Англия, США, Австралия, Канада)	ДР, ЛИТ, ПС			Доклады о странах: география, флора, фауна, экономика, достопримечательности, национальные традиции. Денотатные карты; написание докладов; составление коллажей; интервьюирование	УК-3, УК-4, УК-5
4.	Предприниматель. Имидж успешного предпринимателя. Известные предприниматели России, Великобритании, США.	ТЗ, ДР, ЛИТ, ПС			Составление глоссария. научно-популярные и научные тексты по тематике. Письменный контроль.	УК-3, УК-4, УК-5

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины (дидактические единицы)
1	Человек. Знакомство. Внешность. Черты характера	Формулы вежливости (Приветствие-Приветствие, Прощание. Описание внешности. Черты характера
2	Моё портфолио (резюме, биография, хобби)	Написание резюме. Биографические данные. Круг интересов, хобби. Написание личного письма другу
3	Мои личные планы (планирование семьи, жизни, путешествие, бюджет)	Семья. Планирование семьи. Семейный бюджет. Образ жизни. Путешествия.
4	Город. Москва, Петербург, Томск, Лондон	История. Исторические места. Культурные места. Достопримечательности.
5	Россия	Географическое положение. Рельеф. Реки, озера, леса. Природные ресурсы. Этнические группы субъекты Федерации. Столица.
6	Англоязычные страны (Англия, США, Австралия, Канада)	Географическое положение и политическое устройство США, Австралии, Новой Зеландии, Канады
7	Предприниматель. Истории успешного предпринимательства. Известные предприниматели России, Великобритании, США	История развития предпринимательства. Роль профессии. Известные предприниматели. Карьера предпринимателя, бухгалтера. Особенности профессии

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Используемые образовательные технологии						
		Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-Коммуникационные	Инновационные методы
1	Человек. Знакомство. Внешность. Черты характера					+		
2	Моё портфолио (резюме, биография, хобби)		+		+	+		
3	Мои личные планы (планирование семьи, жизни, путешествие, бюджет)	+		+				
4	Город. Москва, Петербург, Томск, Лондон	+				+		
5	Россия						+	
6	Англоязычные страны (Англия, США, Австралия, Канада)	+		+				
7	Предприниматель. Истории успешного		+					+

	предпринимательства. Известные предприниматели России, Великобритании, США							
--	--	--	--	--	--	--	--	--

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «Иностранный язык» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;
- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;
- готовиться к деловым играм.

Тематика докладов

1. Расскажите о себе
2. Дайте описание внешности и личностные качества родственника/друга/подруги
3. Расскажите о своем распорядке дня
4. Расскажите об одном из дней в колледже
5. Опишите здание своего колледжа
6. Опишите интерьер своей квартиры
7. Расскажите о своих привычках в еде
8. Как вы понимаете здоровый образ жизни
9. Расскажите о своем городе
10. Назовите преимущества и недостатки жизни в деревне и в городе
11. Какие виды транспорта вы знаете и какой вид транспорта вы используете для путешествия. Почему
12. Расскажите о своем прошлом путешествии
13. Какие природные катаклизмы вы знаете. Какое наиболее опасное, почему
14. Расскажите о проблемах окружающей среды, причинах, последствиях, решениях
15. Расскажите о географическом положении России
16. Расскажите о климате в России
17. Расскажите о государственном устройстве России
18. Опишите профессиональные качества, необходимые для сотрудника.
19. Опишите свою будущую профессию
20. Расскажите о географическом положении Британии
21. Расскажите о климате в Британии
22. Расскажите о государственном устройстве Британии
23. Расскажите об одной из стран (США, Канада, Австралия) изучаемого языка

Тематика письменных работ

- 1) Подготовить презентацию «Семейное дерево»
- 2) Подготовить презентацию «Города России»

- 3) Подготовить презентацию «Удивительные дома в мире»
- 4) Подготовить презентацию «Экологическое состояние моего города»
- 5) Подготовить презентацию «Праздники и традиции в России»
- 6) Подготовить презентацию «Праздники и традиции в Великобритании»

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. *Невзорова, Г. Д.* Английский язык в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Г. Д. Невзорова, Г. И. Никитушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02057-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470382> (дата обращения: 16.06.2021).
2. *Невзорова, Г. Д.* Английский язык. Грамматика : учебное пособие для вузов / Г. Д. Невзорова, Г. И. Никитушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 213 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09359-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470383> (дата обращения: 16.06.2021).
3. *Аитов, В. Ф.* Английский язык (A1—B1+) : учебное пособие для вузов / В. Ф. Аитов, В. М. Аитова, С. В. Кади. — 13-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07022-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471631> (дата обращения: 16.06.2021).

7.2. Дополнительная литература

1. *Купцова, А. К.* Английский язык для менеджеров и логистов (B1-C1) : учебник и практикум для вузов / А. К. Купцова, Л. А. Козлова, Ю. П. Волынец ; под общей редакцией А. К. Купцовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08147-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469217> (дата обращения: 16.06.2021).
2. *Невзорова, Г. Д.* Английский язык в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Г. Д. Невзорова, Г. И. Никитушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 403 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02108-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470939> (дата обращения: 16.06.2021).
3. *Воробьева, С. А.* Английский язык для эффективного менеджмента. Guidelines for Better Management Skills : учебное пособие для вузов / С. А. Воробьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 260 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04198-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472734> (дата обращения: 16.06.2021).

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Класные доски и т.д.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания

во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии.

Одобрятся и поощряются инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования: выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к Иностранному языку

Темы:

1. Человек. Знакомство (формулы вежливости). Внешность. Черты характера
2. Моё портфолио (резюме, биография, хобби, форма письма)
3. Мои личные планы (планирование семьи, жизни, путешествие, бюджет)
4. Город. Москва – история, достопримечательности
5. Англоязычные страны (Англия, США, Австралия, Канада)
6. Дизайнер-предприниматель. Имидж успешного дизайнера – предпринимателя.
7. Известные дизайнеры, художники России, Великобритании, США.

11.3 Тестовый контроль

Test 1

- 1. В каком из следующих слов звук, передаваемый буквой "o", отличается от остальных?**
1) stone, 2) pole, 3) stop, 4) rode, 5) go, 6) bone, 7) role
- 2. Выберите правильную форму глагола "to be":**
1) I... a student.
a) is b) are c) am d) were
2) He... at home yesterday.
a) is b) was c) will be d) were
- 3. Укажите предложение, в котором глагол "to be" является вспомогательным:**
a) She was six last year. b) The delegation is to come soon.
c) Mother is at home. d) What are you doing now?
- 4. Выберите правильную форму глагола "to have":**
Mr. Brown stayed at his office very late because he ... a lot of work.
a) has b) have c) will have d) had
- 5. Укажите предложение, в котором глагол "to have" является модальным:**
a) We shall have a meeting tomorrow. b) We have invited our friends.
c) We'll have to prepare for our lessons. d) I hope we'll have a good time.
- 6. Укажите правильные варианты перевода:**
1) The flowers are in the vase.
a) Цветы в вазе. b) В вазе цветы.
2) There is no telephone in the room.
a) Телефона нет в комнате. b) В комнате нет телефона.
- 7. Подберите эквиваленты в английском, соответствующие русскому:**
1) Дверь открылась и вошёл учитель.
2) Дверь открылась и учитель вошёл.
a) The door opened and a teacher came in.
b) The door opened and the teacher came in.
- 8. Выберите нужное местоимение:**

- 1) I invited my friend to... place.
a) me b) his c) my d) mine
- 2) It's easy, you can do it....
a) you b) your c) yours d) yourself

9. Выберите правильную форму существительного:

- 1) The ... comes every morning.
a) postman b) postmen
- 2) How many... high is this house?
a) feet b) foot

10. Укажите, какое слово можно употребить вместо подчеркнутого так, чтобы смысл предложения не изменился?

- 1) We usually drink much water in hot weather.
a) few b) a lot of c) many d) little
- 2) This text is easy, there are not many new words in it.
a) little b) not much c) a lot of d) few

11. Выберите нужное по смыслу слово:

- 1) We have... salt, please, go and buy some.
a) much b) many c) little d) few
- 2) I have... time, I can wait.
a) little b) a plenty of c) many d) few

12. Выберите правильное местоимение:

- 1) She wanted to tell me... interesting.
a) somebody b) something c) some d) somewhere
- 2) I think we have met her... .
a) somebody b) something c) some d) somewhere

13. Укажите, в каком из предложений можно употребить все указанные слова: many, few, a lot of, some.

- a) He likes to spend much time watching TV.
- b) They have read 10 English books in the original.
- c) There is no news today.

14. Укажите предложение, в котором числительное является порядковым:

- 1) There are 100 pages in the book.
- 2) He was born in 1979.
- 3) School year begins on the 1st of September.
- 4) Room 8 is empty.

15. Подберите слово, близкое по значению к подчеркнутому:

- 1) We do English at school.
a) work b) learn c) teach d) know
- 2) She spoke to her English teacher after classes.
a) talked b) said c) told d) discussed

16. Из следующей группы слов отметьте то, которое не имеет к остальным никакого отношения:

- 1) weather, season, rain, cloudy, difficult, forecast, hot, cold.
- 2) London, sights, monument, tourist, art gallery, guide, the president.

17. Определите, какое из слов не является продуктом питания:

- butter, cream, flour, tea, orange, cucumber, fish, sausage, beans, chicken, ham, chips, butter-fly, berries, jam, pine-apple.

18. Какое из утверждений является верным?

- 1)
a) *English is impossible to learn.*

- b) *English is the most difficult language in the world.*
- c) *English is the most popular foreign language in our country.*

2)

- a) *After Friday comes Sunday.*
- b) *The sun rises in the North.*
- c) *The 1st of April is "All Fools' Day" in Britain.*

19. Укажите, какое из утверждений верно:

- 1) People don't usually work hard on their days off.
- 2) All schools have classes on Sundays.
- 3) Few people leave school at the age of 16.

20. Скажите, в какой день Джон должен сдавать экзамен?

John came late. The party was very interesting. He didn't want to leave earlier than others. He liked the parties that the Browns sometimes had on Saturdays. He was happy. But suddenly he remembered that he must take his exam in History and there was no time left. He had only one day to prepare for it. The party was forgotten at once.

Test 2

1. В каком из следующих слов звук, передаваемый "а", отличается от остальных?

- 1) rate, 2) cage, 3) gate, 4) map, 5) place, 6) make, 7) game.

2. Укажите предложение, в котором окончание "-s" является показателем притяжательного падежа:

- a) My mother's friend lives abroad. b) She reads a lot.
- c) The car's stopped. d) The Petrovs are my neighbours.

3. Выберите правильный предлог:

- 1) Let's meet ... 5 o'clock.
 - a) in b) on c) at
- 2) My brother works ... school.
 - a) to b) at c) in
- 3) Go ... the room and make yourself comfortable.
 - a) out of b) into c) from

4. Выберите правильное местоимение:

- There is ... place like home.
- a) no b) none c) nothing d) nobody

5. Выберите правильный вариант:

- 1) He speaks French
 - a) good b) well
- 2) His German is very
 - a) good b) well
- 3) I feel
 - a) badly b) bad

6. Укажите, какие из подчеркнутых слов являются наречиями:

- 1)
 - a) She always speaks in a loud voice.
 - b) She always speaks loudly.
 - c) Don't be so loud, he is sleeping.

2)

- a) She came in and first gave her name.
- b) She was the first to come in.
- c) School year begins on the first of September.

7. Отметьте правильный вариант:

- 1) The Severn is longer ... the Thames.
a) as b) than c) from
- 2) Olga is the ... beautiful girl in our group.
a) more b) most c) much

8. Подберите соответствие в русском:

- 1) The more we learn the more we know.
a) Мы много учим, много знаем.
b) Мы больше изучаем, чем знаем.
c) Чем больше мы учим, тем больше знаем.
- 2) The film is less interesting than the novel.
a) Фильм такой же интересный, как роман.
b) Фильм менее интересный, чем роман.
c) Роман менее интересный, чем фильм.

9. Выберите правильную форму глагола:

- 1) We ... five days a week.
a) study b) studies c) are studying
- 2) She ... in the centre of Moscow.
a) live b) lives c) is living

10. Завершите разделительный вопрос, выбрав правильный вариант;

- 1) This is my school, ... ?
a) *doesn't it* b) *hasn't it* c) *isn't it*
- 2) We usually have dinner at 2, ... ?
a) *don't we* b) *haven't we* c) *aren't we*
- 3) My father travels a lot, ... ?
a) *doesn't he* b) *hasn't he* c) *isn't he*

11. Определите, в каком из предложений глагол "to be" является модальным:

- a) She is a teacher. b) She is in the office now.
c) She is working. d) She is to start work at 9 tomorrow.

12. Определите, в каком предложении глагол "to have" является модальным:

- a) She has a lot of work today.
b) She has to do a lot of work today.
c) She has done a lot of work today.

13. Выберите правильный модальный глагол:

- 1) He... speak three foreign languages.
a) can b) may c) must
- 2) You ... work hard at your English if you want to know it.
a) can b) may c) must
- 3) You ... not go out, the lesson is not over yet.
a) can b) may c) have
- 4) He ... be in this room.
a) must b) is c) has

14. Выберите правильный вариант ответа:

- 1) Must I come tomorrow? - No, you
a) mustn't b) can't c) needn't
- 2) May I invite my friend to the party? - Yes, you
a) can b) may c) must

15. Завершите варианты b) и c):

- 1) a) They can buy tickets to the cinema.
b) ... tickets to the cinema?
c) ... not ... tickets to the cinema.

- 2) a) She has to get up early on week-days.
b) ... she ... early on week-days?
c) She ... not ... early on week-days.

16. Выберите правильный модальный глагол:

- 1) You feel bad, you ... consult a doctor.
a) needn't b) should c) can
2) I ... walk, there is a bus going there.
a) needn't b) mustn't c) can't

17. Соотнесите английские предложения с русскими:

- 1) She may come.
2) She couldn't come.
3) She must come.
4) She had to come.
5) She shouldn't come.
6) She'll be able to come.
7) She needn't come.
8) She isn't allowed to come.
a) Ей можно не приходиться.
b) Ей можно придти.
c) Ей не следует приходиться.
d) Она должна придти.
e) Она не могла придти.
f) Она сможет придти.
g) Ей не разрешают придти.
h) Ей пришлось придти.

18. В следующей группе слов отметьте то, которое не имеет никакого отношения к остальным:

travelling: by train, by plane, by car, platform, compartment, to book, suitcase, wonderful, nature, hiking, bookshelf, luggage, weather, on foot, a tent.

19. Выберите слово, которое не может относиться к описанию человека:

tall, bright, beautiful, merry, sad, intelligent, pretty, slim, fat, dark-eyed, grey-haired, stupid, old, wise, cosy.

20. Отметьте, какое из утверждений является верным:

- 1)
a) The Queen is the leader of the ruling party.
b) Great Britain is a monarchy.
c) The Queen of Britain is elected every four years.
2)
a) Prime Minister is the head of the Parliament.
b) Now the Liberal Party is in power in Great Britain.
c) The English Parliament consists of two Houses.

Test 3

1. В каком из следующих слов звук, передаваемый "s", отличается от остальных:

1) mix, 2) kiss, 3) bus, 4) house, 5) soon, 6) easy.

2. Выберите правильный вспомогательный глагол:

- 1) They... come to see us next year.
a) shall b) will
2) ... I help you?
a) shall b) will

- 3) It ... rain in a moment.
a) shall b) will
- 4) There... be some guests at the party.
a) shall b) will

3. Выберите правильную форму глагола:

- 1) They... their parents every Sunday.
a) visit b) visits c) shall visit
- 2) We... them next week.
a) visited b) visit c) shall visit d) had to visit

4. Завершите разделительный вопрос, выбрав правильный вариант:

- 1) I shall get up very early tomorrow, ... ?
a) shall I b) shan't I c) can't I d) don't I
- 2) He will have to take his examination in spring, ... ?
a) will he b) won't he c) doesn't he d) hasn't he

5. Укажите правильные варианты перевода английских причастий:

- 1) reading
a) читающий b) прочитанный c) читая d) читаемый 2) described
a) описывающий b) описанный c) описывая d) описываемый

6. Выберите правильную форму глагола "to be":

- 1) I... writing a letter.
a) is b) am c) are
- 2) You ... watching TV now?
a) is b) am c) are
- 3) Who... reading the newspaper?
a) is b) am c) are

7. Укажите правильную форму глагола:

- 1) Every evening at 9 o'clock he ... his dog for a walk.
a) is taking b) takes c) will take
- 2) What... she doing now?
a) is b) does c) has
- 3) Look out of the window. It... hard.
a) rains b) is raining c) will rain

8. Выберите правильную форму глагола "to be":

- 1) My car... at the entrance.
a) was b) were
- 2) We... watching TV at that time yesterday.
a) was b) were c) will be

9. Укажите правильную форму глагола:

- 1) The sun... in the East.
a) will rise b) rises c) is rising d) was rising
- 2) When he came, they... dinner.
a) will have b) have c) were having d) are having
- 3) You... this test now.
a) will write b) write c) were writing d) are writing

10. Выберите правильный предлог:

- 1) I was looking ... my shoes everywhere but couldn't find them.
a) out b) at c) for d) after
- 2) You must put ... your coat, it's cold outside.
a) out b) at c) on d) off

11. Соотнесите английский вариант с русским:

- 1) She is going to spend her holidays at the seaside.
 - a) Она хочет провести свой отпуск у моря.
 - b) Она собирается провести свой отпуск у моря.
 - c) Она провела свой отпуск у моря.
- 2) What are you doing tonight?
 - a) Что ты делаешь сегодня вечером?
 - b) Что ты хочешь делать сегодня вечером?
 - c) Что ты делала сегодня вечером?

12. Выберите правильный вариант глагола в придаточном предложении:

- 1) If the weather ... fine we shall go for a walk.
 - a) is b) was c) will be
- 2) When everybody ... we shall begin our meeting.
 - a) is coming b) comes c) will come
- 3) We shall give you a call as soon as he
 - a) is arriving b) will arrive c) arrives

13 Укажите правильный артикль:

- 1) He was born in ... small village.
 - a) a b) an c) the d) -
- 2) ... Stroganovs are our friends.
 - a) a b) an c) the d) -
- 3) ... ice-cream is made of milk and sugar.
 - a) a b) an c) the d) -

14. Определите, какой из вариантов является ответом на вопрос:

- At what time were you returning yesterday?
- a) I was returning home because it was late.
 - b) I was very tired when I was returning home.
 - c) I was returning home when the clock struck 11.

15. Определите, на какой из вопросов данное утверждение является ответом::

- She likes pop music.
- a) Who likes pop music?
 - b) What kind of music does she like?
 - c) Why does she like pop music?

16. Сопоставьте краткие ответы с вопросами:

- 1) Is it cold today?
- 2) Does he love her?
- 3) Is she reading now?
- 4) Are you a student?
- 5) Do you have to go to school on Sundays?
- 6) Was she asking a lot of questions?
- 7) Could you answer all the questions?
- 8) Shall I help you?
- 9) Will they be able to meet us?
 - a) Yes, please.
 - b) Yes, she is.
 - c) Yes, he does.
 - d) No, I don't.
 - e) Yes, I am.
 - f) No, they won't.
 - g) No, I couldn't, h) Yes, it is.
 - i) Yes, she was.

17. Подберите слова, противоположные по значению:

1)

- a) cold b) far c) best d) old e) tall f) slim g) light
a) worst b.) new c)fat d) dark e) short f) near g) hot

2)

- a) stand b) leave c) take d) borrow e) find f) come into
a) come b) lend c) give d) lose e) go out f) sit

18. Укажите, какое из выражений не имеет отношения к остальным:

every day, in time, on Saturdays, once a week, usually, occasionally, normally, as a rule, often, sometimes, once a year

19. Какое обобщающее слово объединяет следующие понятия:

eggs, ham, tea, coffee, porridge, cornflakes, milk , sugar, butter, toasts, bread

- a) lunch
b) breakfast
c) dinner

20. Прочтите текст и ответьте на вопрос:

There are three rooms downstairs: a big living-room, a fairly big kitchen opposite the living-room and a very small dining-room, there's also a toilet opposite the stairs. The bedrooms are upstairs: John and Mary's bedroom is at the top of the stairs on the right, the bathroom is opposite their room and the toilet is next to the bathroom. Next to John and Mary's bedroom is the children's bedroom. The spare bathroom is at the end of the corridor on the left.

How many rooms are there in the house?

Содержание зачета

1. Устно изложить любую пройденную в семестре тему дисциплины.
2. Выполнить лексико-грамматический тест (20 заданий).

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценка «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

К..п.н.

А.Ю. Казанцев

_____ / _____

подпись

Рабочая программа дисциплины согласована:

Декан ГФ
Жаркова

О.С.

_____ / _____

подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от _____. _____. 2022 года.

Заведующий кафедрой
Макиенко

М.А.

_____ / _____
подпись

Аннотация

рабочей программы дисциплины *«Название дисциплины»*
по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки
«Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины *«Название дисциплины»* является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина *«Название дисциплины»* **входит в Блок 1**, **обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору.** Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: *«Название дисциплины», «Название дисциплины»...*

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» состоит в является приобретение студентами комплексных знаний о принципах и закономерностях формирования социальной ответственности в современной модели корпоративного бизнеса, а также социально-политических механизмов взаимодействия бизнеса с важнейшими институтами современного общества.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «История управленческой мысли» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- знать формы и основы формирования социально ответственного бизнеса;
- знать нормативные акты, регулирующие деятельность российских корпораций;
- знать и регулировать социально-экономических проблемы, возникающих в ходе управленческой деятельности корпорации, а также навыков их стратегического разрешения;
- знать принципы взаимодействия государства и бизнеса на основе социальной политики, связанной с взаимоотношениями с внешней средой и выработкой целостных подходов к взаимодействию с обществом

знать методы и средства самостоятельного анализа экономических процессов и их связь с современными социально-политическими тенденциями

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к *дисциплинам обязательной части* Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениями компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин:

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является предшествующей для следующих дисциплин: «Управление человеческими ресурсами», «Организационная культура»

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной динамической среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1. Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию	Основы принятия управленческих решений	осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач	методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач
2	ПК-4	Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-4.2. Планирует и проводит процедуры оценки эффективности системы внутреннего контроля, управления рисками и корпоративного управления	Основные процедуры оценки эффективности системы внутреннего контроля	Оценивать риски, возникающие в процессе внедрения технологических или продуктовых инноваций	Навыками управления проектом, навыками внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО) Всего часов	Заочная форма обучения (ЗО) Всего часов
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)			
В том числе:			
Лекции (Л)	12	4	4
Практические занятия (ПЗ)	24	6	6
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего) (СРС)	36	62	62
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Контрольная работа			
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))	Зачет 2 семестр	зачет	зачет
Общая трудоемкость	час	72	72
	4 зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)	2	2

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	2	0,5	ОПК-3, ПК - 4
2.	Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности	2	0,5	ОПК-3, ПК - 4
3.	Построение системы корпоративной социальной ответственности	2	0,5	ОПК-3, ПК - 4
4.	Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности	2	0,5	ОПК-3, ПК - 4
5.	Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	2	1	ОПК-3, ПК - 4
6.	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	2	1	ОПК-3, ПК - 4

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	3	0,5	ОПК-3, ПК - 4
2.	Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности	3	0,5	ОПК-3, ПК - 4
3.	Построение системы корпоративной социальной ответственности	3	0,5	ОПК-3, ПК - 4
4.	Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности	3	0,5	ОПК-3, ПК - 4
5.	Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	3	1	ОПК-3, ПК - 4
6.	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	3	1	ОПК-3, ПК - 4
7.	Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	3	1	ОПК-3, ПК - 4
8.	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	3	1	ОПК-3, ПК - 4

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС,	4,5	7	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
2.	Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС, ПК	4,5	7	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
3.	Построение системы корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС, ТЗ	4,5	7	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
4.	Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС, ТЗ	4,5	7	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
5.	Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС	4,5	8	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
6.	Корпоративная социальная	ДР, ЛИТ,	4,5	8	Контрольная работа,	ОПК-3, ПК -

	ответственность и устойчивое развитие организации	ПС, ТЗ			доклад	4
7	Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	ДР, ЛИТ, ПС	4,5	8	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4
8	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	ДР, ЛИТ, ПС, ТЗ	4,5	10	Контрольная работа, доклад	ОПК-3, ПК - 4

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины (дидактические единицы)
1	Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	Сущность и эволюция концепций КСО. Сущность и основные характеристики КСО, комплексная модель КСО, внешние и внутренние источники КСО, механизм реализации КСО, концепции стейкхолдеров и корпоративного гражданства.
2	Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности	зарубежный опыт КСО. Для этого необходимо рассмотреть модели КСО в США, континентальной Европе, Великобритании, сравнить модели КСО в разных странах, выявить их сходства и отличия, рассмотреть благотворительные фонды, существующие в современном обществе.
3	Построение системы корпоративной социальной ответственности	Построение системы КСО в контексте потребности, необходимости и возможностей, роль социальной ответственности предпринимательства в развитии экономики и общества, появление и проявление необходимости КСО, КСО как фактор конкурентного преимущества, взаимосвязь КСО и процессов социализации экономики, основные атрибуты системы КСО, виды взаимодействий в системе, принципы ее построения.
4	Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности	Специфика внутренней КСО. Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной

		ответственности, основные черты и особенности внутренней КСО, виды внутренней КСО, результаты ее реализации, социальные программы в стратегии развития внутренней КСО, становление внутренней КСО, современные особенности ответственности российского бизнеса, подходы и принципы составления социального пакета, организация и тенденции развития внутренней социальной ответственности.
5	Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	Специфику внешней КСО. взаимосвязь внешней среды ответственности менеджмента и бизнеса, гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса, поддержка развития науки и образования, особенности здравоохранения как объекта КСО и необходимость формирования здорового образа жизни, регулирование стрессовых ситуаций в организации. Роль культуры в развитии экономики и общества, государственное управление социокультурной сферой, частные и корпоративные формы поддержки культуры, благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры, международные стандарты КСО, структура и содержание стандарта социальной ответственности, принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности, опыт корпоративного волонтерства в России и за рубежом.
6	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	Роль КСО в устойчивом развитии организации. Концепция и основные факторы устойчивого развития организации, сущность и принципы устойчивого развития организации при реализации КСО, деловая репутацию как результат КСО, процесс формирования деловой репутации, ее оценка контактными группами, виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле, значение деловой репутации в устойчивом развитии организации. Роль КСО в антикризисном развитии организации, «реагирующая» и «стратегическая» форма КСО, КСО как элемент антикризисной стратегии организации и систематизировать разнообразие типов социальной ответственности.
7	Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	Роль КСО в формировании конкурентных преимуществ организации. Источники конкурентных преимуществ организации, место КСО в формировании конкурентных преимуществ организации, среда проявления КСО и взаимосвязь конкурентных преимуществ,

		КСО как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.
8	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	Эффективность реализации КСО. Понятие эффективности КСО, социальный отчет организации, оценка эффективности КСО и оценка корпоративной социальной активности.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Используемые образовательные технологии						
		Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-коммуникационные	Инновационные методы
1	Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	+						
2	Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности			+			+	
3	Построение системы корпоративной социальной ответственности	+		+		+		
4	Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности		+		+		+	
5	Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	+					+	
6	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	+		+				
7	Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	+	+					+
8	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности		+	+	+			

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «история управленческой мысли» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;

- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;
- готовиться к деловым играм.

Тематика письменных работ

Тема «Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности»

1. Каково содержание понятия КСО?
2. Из каких концепций сформировалась комплексная модель КСО?
3. Каким было самое первое определение КСО?
4. Какой «закон ответственности» сформулировал К.Девис? Как вы его понимаете?
5. Как рассматривали ответственность бизнеса неоклассические экономисты (Т.Левитт, М.Фридман)?
6. Каковы особенности понимания ответственности бизнеса у институциональных экономистов (Дж.Гелбрейт, госрегулирование)?
7. Каково определение А.Керрола для КСО?
8. Опишите пирамиду А.Керрола.
9. В чем суть трехмерной модели А.Керрола?
10. В чем особенности модели С.Вартика и Ф.Кохрена?
11. Какие принципы КСО содержит модель Д.Вуд?
12. Какие процессы корпоративной социальной восприимчивости включены в модель Д.Вуд?
13. Получение каких результатов КСО предполагает модель Д.Вуд?
14. Что такое «экономайзинг», «экологджайзинг» и каково должно быть их соотношение со стремлением к власти у корпоративно-ответственной организации?
15. В чем суть стратегического и реагирующего характера КСО в модели М.Портера и М.Креймера?
16. Сформулируйте принципы управления стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) М. Кларксона.
17. Какой тройной итог деятельности корпорации в модели корпоративной устойчивости?
18. Какие исследования российской практики КСО вам известны?

Тема «Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности»

1. В чем заключается особенность поддержки культуры в США?
2. В чем заключается особенность поддержки культуры в Великобритании?
3. В чем заключается особенность поддержки культуры во Франции?
4. Какие виды благотворительных фондов существуют в нашем обществе и чем они отличаются друг от друга?

Тема «Построение системы корпоративной социальной ответственности»

1. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?
2. В чем проявляется влияние КСО на состояние экономики?
3. Какие факторы являются типичными для России в формировании отношений КСО?
4. Чем обусловлена необходимость КСО?
5. Каковы принципы реализации средств социальной ответственности?

6. Какие признаки организационного поведения характеризуют возможность осуществления отношений социальной ответственности?
7. В чем отличие «социальной ответственности» и «социального реагирования»?
8. Какие формы социального диалога характеризуют взаимодействие государства, профсоюзов и корпораций в сфере социальных отношений?
9. Какие элементы раскрывают содержание процесса социализации экономики России?
10. Назовите основные атрибуты системы КСО и их особенности.
11. Виды взаимодействия в системе КСО. Охарактеризуйте их.
12. Какие основные принципы используются при построении системы КСО?

Тема «Построение системы корпоративной социальной ответственности»

1. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?
2. В чем проявляется влияние КСО на состояние экономики?
3. Какие факторы являются типичными для России в формировании отношений КСО?
4. Чем обусловлена необходимость КСО?
5. Каковы принципы реализации средств социальной ответственности?
6. Какие признаки организационного поведения характеризуют возможность осуществления отношений социальной ответственности?
7. В чем отличие «социальной ответственности» и «социального реагирования»?
8. Какие формы социального диалога характеризуют взаимодействие государства, профсоюзов и корпораций в сфере социальных отношений?
9. Какие элементы раскрывают содержание процесса социализации экономики России?
10. Назовите основные атрибуты системы КСО и их особенности.
11. Виды взаимодействия в системе КСО. Охарактеризуйте их.
12. Какие основные принципы используются при построении системы КСО?

Тема «Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности»

1. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?
2. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?
3. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?
4. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?
5. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?
6. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?
7. Какие конкретные виды КСО относятся к мерам социальной защиты сотрудников?
8. Какие конкретные виды КСО относятся к развитию человеческого капитала организации?
9. Какие конкретные виды КСО относятся к такому направлению деятельности, как учет интересов работников при принятии важных управленческих решений?
10. Какие конкретные виды КСО включает социально ответственная реструктуризация?
11. В чем суть модели П.Рихтера «работа – ресурсы – здоровье», и какие выводы на основе этой модели нужно сделать в отношении применения конкретных видов КСО?
12. Какие вам известны экономические выгодные результаты внедрения КСО?
13. Какой должна быть связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации?

14. Что такое «социальный бюджет» организации?
15. Что такое «корпоративный кодекс»?
16. Какие выводы можно сделать из анализа практики КСО в России?
17. В чем заключаются преимущества и недостатки стимулирования работников через социальный пакет?
18. Каким образом связаны между собой понятия «социальное партнерство» и «социальная ответственность бизнеса»?
19. Охарактеризуйте особенности внутренней КСО на российских предприятиях через интересы и менталитет менеджеров и работников?
20. Назовите препятствия для развития КСО в России?
21. Какие направления социальной ответственности по отношению к персоналу наименее развиты в России?
22. Как можно оценивать результаты внутренней КСО?

Тема «Специфика внешней корпоративной социальной ответственности»

1. Какие примеры поддержки образования и науки российскими компаниями вы знаете?
2. Какие проблемы использования грантового механизма финансирования образования и науки встречаются в России?
3. Как в обществе оценивается деятельность российских компаний в сфере социальной ответственности?
4. Каковы современные потребности и факторы здорового образа жизни?
5. Какова роль здравоохранения в реализации КСО?
6. Какие существуют формы и методы поддержки здравоохранения бизнесом?
7. В чем особенность антистрессового менеджмента и почему он является фактором КСО?
8. Зачем обществу необходимо существование и развитие культуры?
9. Какие способы и методы управления социокультурной сферой могут применяться в обществе?
10. Какие основные роли и модели поведения государства по отношению к культуре и искусству встречаются в современной цивилизации?
11. На каком основании разрабатывался международный стандарт ИСО 26000:2010?
12. Какую область тем и проблем охватывает международный стандарт ИСО 26000:2010?
13. Какие принципы эффективного организационного управления рекомендует международный стандарт социальной ответственности?
14. Каким образом и на основании каких факторов организации следует определять приоритеты для действий в сфере социальной ответственности?
15. Каким образом корпоративное волонтерство встраивается в корпоративную культуру российских компаний?

Тема «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации»

1. В каких факторах проявляется устойчивое развитие организации?
2. Какую роль играет КСО в обеспечении устойчивого развития организации?
3. Каковы международные принципы обеспечения устойчивого развития организации?
4. Почему КСО определяет устойчивое развитие организации?
5. Дайте определение деловой репутации. Сравните термины «деловая репутация» и «имидж»?
6. Определите процесс управления деловой репутацией и влияние на него корпоративного имиджа?

7. Назовите подходы к определению и оценке деловой репутации и гудвилла? В чем их сходства и различия?
8. Раскройте значения понятий «положительная» и «отрицательная» деловая репутация?
9. По каким направлениям происходит оценка содержания понятия деловая репутация?
10. Охарактеризуйте внутренние и внешние составляющие деловой репутации.
11. Когда возникает экономическая опасность для компании?
12. Охарактеризуйте роль КСО в условиях различных кризисов.
13. В чем заключается ключевое отличие реагирующей КСО от стратегической?
14. Как соотносятся понятия «КСО» и «устойчивое развитие»?
15. Перечислите уровни КСО в соответствии с моделью, предложенной Х.Джонсоном.
16. Охарактеризуйте риск возникновения кризиса в зависимости от уровня КСО.

Тема «Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации»

1. Дайте определение источникам конкурентных преимуществ организации.
2. Охарактеризуйте роль КСО в формировании конкурентных преимуществ организации.
3. Какие преимущества КСО проявляются в микро-, макро- и внутренней среде организации?
4. Приведите модель взаимосвязи конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО?
5. Приведите примеры проявления КСО как фактора формирования конкурентных преимуществ организации.

Тема «Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности»

1. Что отражает показатель эффективности КСО?
2. Какова цель формирования социального отчета организации?
3. Какие стандартные оценки содержит социальный отчет организации?
4. Чем характеризуется механизм осуществления проектов КСО?
5. В чем проявляются результаты социальной ответственности?
6. Какие этапы можно выделить в структуре процесса оценки экономического потенциала социальной ответственности организации?
7. В чем сущность оценки социальной активности корпорации (организации)?

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14561-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477943> (дата обращения: 10.05.2022).

2. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468747> (дата обращения: 10.05.2022).
3. **Божук, С. Г.** Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09589-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470277> (дата обращения: 10.05.2022).

7.2. Дополнительная литература

1. **Тульчинский, Г. Л.** Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03469-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469064> (дата обращения: 10.05.2022).
2. **Аникеева, О. П.** Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476619> (дата обращения: 10.05.2022).

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Классные доски и т.д.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы

шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к зачету

Темы:

1. Каково содержание понятия КСО?
2. Из каких концепций сформировалась комплексная модель КСО?
3. Каким было самое первое определение КСО?
4. Какой «закон ответственности» сформулировал К.Девис? Как вы его понимаете?
5. Как рассматривали ответственность бизнеса неоклассические экономисты (Т.Левитт, М.Фридман)?

6. Каковы особенности понимания ответственности бизнеса у институциональных экономистов (Дж.Гелбрейт, госрегулирование)?
7. Каково определение А.Керрола для КСО?
8. Опишите пирамиду А.Керрола.
9. В чем суть трехмерной модели А.Керрола?
10. В чем особенности модели С.Вартика и Ф.Кохрена?
11. Какие принципы КСО содержит модель Д.Вуд?
12. Какие процессы корпоративной социальной восприимчивости включены в модель Д.Вуд?
13. Получение каких результатов КСО предполагает модель Д.Вуд?
14. Что такое «экономайзинг», «экологджайзинг» и каково должно быть их соотношение со стремлением к власти у корпоративно-ответственной организации?
15. В чем суть стратегического и реагирующего характера КСО в модели М.Портера и М.Креймера?
16. Сформулируйте принципы управления стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) М. Кларксона.
17. Какой тройной итог деятельности корпорации в модели корпоративной устойчивости
18. Что отражает показатель эффективности КСО?
19. Какова цель формирования социального отчета организации?
20. Какие стандартные оценки содержит социальный отчет организации:
21. Чем характеризуется механизм осуществления проектов КСО?
22. В чем проявляются результаты социальной ответственности?
23. Какие этапы можно выделить в структуре процесса оценки экономического потенциала социальной ответственности организации?
24. В чем сущность оценки социальной активности корпорации (организации)?
25. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?
26. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?
27. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?
28. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?
29. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?
30. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?
31. Какие конкретные виды КСО относятся к мерам социальной защиты сотрудников?
32. Какие конкретные виды КСО относятся к развитию человеческого капитала организации?
33. Какие конкретные виды КСО относятся к такому направлению деятельности, как учет интересов работников при принятии важных управленческих решений?
34. Какие конкретные виды КСО включает социально ответственная реструктуризация?
35. В чем суть модели П.Рихтера «работа – ресурсы – здоровье», и какие выводы на основе этой модели нужно сделать в отношении применения конкретных видов КСО?
36. Какие вам известны экономические выгодные результаты внедрения КСО?
37. Какой должна быть связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации?
38. Что такое «социальный бюджет» организации?
39. Что такое «корпоративный кодекс»?
40. Какие выводы можно сделать из анализа практики КСО в России?
41. В чем заключаются преимущества и недостатки стимулирования работников через социальный пакет?

42. Каким образом связаны между собой понятия «социальное партнерство» и «социальная ответственность бизнеса»?
43. Охарактеризуйте особенности внутренней КСО на российских предприятиях через интересы и менталитет менеджеров и работников?
44. Назовите препятствия для развития КСО в России?
45. Какие направления социальной ответственности по отношению к персоналу наименее развиты в России?
46. Как можно оценивать результаты внутренней КСО

Содержание зачета

Зачет включает в себя грамотные и точные ответы студентов на вопросы, учитывая ответы на практических занятиях и самостоятельные работы студентов

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценки «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

_____ / _____
подпись

С.Н. Бакурадзе

Рабочая программа дисциплины согласована:

И.о. декана ГФ _____ / _____
подпись

О.С. Жаркова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от _____. _____. 2022 года.

Заведующий кафедрой _____ / _____
подпись

М.А. Макиенко

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Название дисциплины»

по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки «Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Название дисциплины» является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Название дисциплины» входит в Блок 1, обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору. Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Название дисциплины», «Название дисциплины»...

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор НОУ ВО «ТИБ»

С.Л. Красинский

« 22 »

2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация	бакалавр
Учебный план набора	2022
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «Маркетинг» состоит в овладении студентами статистической методологией и ее применением при исследовании социально-экономических процессов, протекающих на предприятиях, на уровне видов экономической деятельности и в национальной экономике в целом.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «Маркетинг» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- изучение категорий и понятий статистики, методов организации сбора, обработки данных статистического наблюдения;
- анализ данных с помощью обобщающих показателей (абсолютных, относительных, средних величин);
- изучение методов статистического моделирования и прогнозирования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениям компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин:

Дисциплина «Маркетинг» является предшествующей для следующих дисциплин: «История», «История управленческой мысли», «Психология» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Составляет рекомендации для управленческих решений на основе знания страховых и инвестиционных продуктов и услуг	Основные банковские, страховые, инвестиционные продукты и услуги	осуществлять поиск банковских, страховых, инвестиционных продуктов и услуг, представленные продукты и услуги	Способностью составлять рекомендации для управленческих решений на основе знания страховых и инвестиционных продуктов и услуг
2	ПК-3	Способен использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач, проводит анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК - 3.2. Составляет рекомендации по финансовым сделкам в соответствии с действующими требованиями поставщиков финансовых услуг с учетом специфических рисков	Знает различные методы управления корпоративными финансами	Анализировать стратегические задачи организации, проводить анализ рыночных и специфических рисков	Методами принятия решений об инвестировании и финансировании с учетом рыночных и специфических рисков

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО) Всего часов	Заочная форма обучения (ЗО) Всего часов
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)				
В том числе:				
Лекции (Л)		24	8	8
Практические занятия (ПЗ)		72	14	14
Лабораторные работы (ЛР)				
Самостоятельная работа (всего) (СРС)		156	230	230
В том числе:				
Курсовой проект (работа)		4 семестр	4 семестр	4 семестр
Контрольная работа				
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>				
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))		Зачет 3 семестр Экзамен 4 семестр	Зачет 3 семестр Экзамен 4 семестр	Зачет 3 семестр Экзамен 4 семестр
Общая трудоемкость	252 час			
	3 зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)			

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Сущность и функции маркетинга	4	1	ОПК-1, ПК-3
2.	Маркетинговые информационные системы	5	1	ОПК-1, ПК-3
3.	Маркетинговые исследования	5	2	ОПК-1, ПК-3
4.	Маркетинговая политика	5	2	ОПК-1, ПК-3
5.	Стратегический маркетинг	5	2	ОПК-1, ПК-3
	Итого	24	8	

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Стратегический маркетинг	14	2	ОПК-1, ПК-3
2.	Жизненный цикл товара	14	3	ОПК-1, ПК-3
3.	Маркетинговые коммуникации	15	3	ОПК-1, ПК-3
4.	Товар и товарная структура	15	3	ОПК-1, ПК-3
5.	Коммуникации в маркетинге	14	3	ОПК-1, ПК-3
	Итого	72	14	

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Стратегический маркетинг	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	31	46	Доклад, сообщение	ОПК-1, ПК-3
2.	Жизненный цикл товара	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	31	46	Доклад, сообщение	ОПК-1, ПК-3
3.	Маркетинговые коммуникации	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	32	46	Доклад, сообщение	ОПК-1, ПК-3
4.	Товар и товарная структура	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	32	46	Доклад, сообщение	ОПК-1, ПК-3
5	Коммуникации в маркетинге	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	130	46	Доклад, сообщение	ОПК-1, ПК-3
	Итого		156	230		

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины (дидактические единицы)
1	Сущность и функции маркетинга	Маркетинг как рыночная концепция управления. Принципы управления маркетингом, виды и функции. Специфика международного маркетинга в России
2	Маркетинговые информационные системы	Понятие и сущность маркетинговых информационных систем, их значение, структура и преимущества. Характеристика концепции системы маркетинговых коммуникаций. Особенности опыта использования и анализ перспектив развития информационных систем маркетинга
3	Маркетинговые исследования	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке. Роль маркетинговых исследований в оценке эффективности маркетинга. Поведение потребителей

		Сегментирование рынка. Анализ конкурентной среды
4	Маркетинговая политика	Сущность маркетинга, его отличие от традиционной конъюнктурно-сбытовой деятельности. Концепции управления маркетингом. Составляющие маркетинговой политики предприятия.
5	Стратегический маркетинг	Основные подходы к формированию корпоративных стратегий. Корпоративные стратегии роста. Конкурентные стратегии. Создание информационной системы организации для обеспечения поддержки маркетинговых стратегических решений
6	Рыночные стратегии	Характеристика и элементы рыночной стратегии. Характеристика стратегического рыночного управления. Значение рыночной стратегии для деятельности организации. Расчет уровня использования рыночного потенциала. Преимущества стратегического планирования.
7	Формирование товарной политики предприятия.	Классификация товара в маркетинге. Жизненный цикл и конкурентоспособность товара. Товародвижение и торговые посредники в системе маркетинга. Коммерческие формы и методы реализации товаров
8	Жизненный цикл товара	Понятие жизненного цикла товара. Продолжительности производства товара. Внедрение или выход на рынок. Виды кривых жизненного цикла товара. Специфика отдельных товаров и особенности спроса.
9	Маркетинговые коммуникации	Теории коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама. Паблик рилейшнз — эффективные коммуникации в маркетинге. Личные продажи как элемент маркетинговых коммуникаций
10	Товар и товарная структура	Товар в рыночной среде. Жизненный цикл товара. Разработка продукции. Конкурентоспособность товара. Ассортимент и номенклатура товара. Товарные стратегии
11	Коммуникации в маркетинге	Виды и процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций. Отрасли, связанные с маркетинговыми коммуникациями. Интегрированные маркетинговые коммуникации

1. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Используемые образовательные технологии						
		Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-коммуникационные	Инновационные методы
1	Роль маркетинга в экономическом развитии страны	+				+		
2	Маркетинговые информационные системы		+			+		
3	Маркетинговые исследования	+				+		
4	Маркетинговая политика	+				+		
5	Стратегический маркетинг	+	+			+		+
6	Рыночные стратегии	+				+	+	
7	Формирование товарной политики предприятия.	+			+	+	+	
8	Жизненный цикл товара	+				+		
9	Маркетинговые коммуникации							
10	Товар и товарная структура							
11	Коммуникации в маркетинге							

2. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «Иностранный язык» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;
- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;
- решать задачи;
- готовиться к деловым играм.

Тематика рефератов

1. История возникновения и развития маркетинга
2. Современные концепции маркетинга.
3. Международный маркетинг.
4. Сравнительная характеристика зарубежной теории маркетинга и отечественной практики
5. Роль маркетингового подхода в обеспечении конкурентоспособности предприятия
6. Конкурентоспособность: понятие, факторы и методики оценки конкурентоспособности.

7. Качество товара. Система показателей качества
8. Контроль качества продукции. Сертификация.
9. Маркетинговые информационные системы.
10. Теория и практика проведения маркетинговых исследований
11. Сущность и способы сегментирования рынка
12. специфика сегментирования промышленного рынка.
13. Позиционирование на рынке.
14. Технологии позиционирования.
15. Мотивация потребителя.
16. Мотивация и покупательское поведение.
17. Принятие решения о покупке товара потребителем в различных условиях.
18. Роль цен в выборе товара.
19. Понятие цены в системе маркетинга.
20. Товарная политика и товарный ассортимент.
21. Товар. Потребительская ценность товара.
22. Создание и продвижение нового товара
23. Имидж. Создание эффективного имиджа.
24. Стимулирование сбыта товара.
25. Товародвижение. Выбор посредника.
26. Формирование общественного мнения – PR.
27. Сущность и задачи рекламы
28. Роль и значение рекламы.
29. Услуга. Экономическая ценность услуг.
30. Конкурентные стратегии.

Темы курсовых работ

1. Маркетинговые исследования на примере ТДСК.
2. Маркетинговые исследования на примере ООО «СУ-13».
3. Маркетинговые исследования на примере на примере ОСО «Томскстрой».
4. Маркетинговые исследования на примере ООО ЗНТ ХК«Сибур».
5. Маркетинговые исследования на примере ТНХК.
6. Маркетинговые исследования на примере Комплекс-строй.
7. Маркетинговые исследования на примере ТПСК.
8. Маркетинговые исследования на примере «Росстроительная компания».
9. Маркетинговые исследования на примере «Стройвуз».
10. Роль маркетинга в управлении фирмы
11. Разработка нового товара и продвижение его на рынке
12. Пути завоевания конкурентных преимуществ компании
13. Организация маркетинговой деятельности в производственно- хозяйственном звене фирмы
14. Особенности маркетинга в торговом предприятии
15. Стратегия маркетинговых коммуникаций
16. Маркетинг в сфере услуг
17. Управление сбытом компании
18. Влияние рекламы на поведение потребителей
19. Формирование спроса и стимулирование сбыта на предприятии
20. Перспективы развития интерактивного маркетинга
21. Маркетинг и логистика на предприятии
22. Особенности маркетинговой деятельности в сфере бизнеса

23. Организация управленческих служб маркетинга
24. Эффективность рекламы на предприятии
25. Организация маркетинговой деятельности на предприятии
26. Совершенствование каналов реализации продукции
27. Планирование PR-компаний
28. Оценка эффективности рекламы
29. Развитие маркетинговой логистики
30. Использование маркетинга в некоммерческих организациях
31. Маркетинговые исследования рынка (предприятия)
32. Исследование рынка конкретного продукта
33. Планирование программы маркетинга
34. Планирование и продвижение товаров и услуг на рынок
35. Анализ и перспективы предпринимательской деятельности сельскохозяйственного товаропроизводителя (на примере конкретной отрасли, предприятия)
36. Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности
37. Влияние маркетинга на взаимосвязь и взаимодействие внешней и внутренней среды предприятия
38. Маркетинг как системы рыночной ориентации предприятия
39. Сегментирование и рыночная стратегия предприятия (фирмы)
40. Оценка позиции фирмы на целевом рынке
41. Выбор стратегии маркетинга для различных этапов жизненного цикла товаров
42. Планирование товародвижения и сбыта на региональном продуктовом рынке
43. Разработка нового продукта для предприятия
44. Совершенствование процесса и анализа планирования товарного ассортимента
45. Ценообразование маркетинга в рамках товарного ассортимента
46. Разработка бизнес-плана и его использование в организации
47. Стратегия предпринимательской (коммерческой) деятельности предприятия
48. Стратегия становления и развития малого бизнеса (на примере конкретной отрасли, предприятия, фирмы)
49. Маркетинг в системе предпринимательства

Примеры кейсов

Кейс 1.

1. Определите параметры товарного ассортимента завода пластмасс, представленного в таблице (широта, глубина, гармоничность, насыщенность, длина).
2. Перечислите возможные маркетинговые решения по ассортименту.

Лаки	Эмали	Кожи синтетические	Линолеум	Нетканые материалы
1. Лаки нитроцеллюлозные 1.1. Лак цветной 1.2. Лак бесцветный 1.3. Лак черный 1.4. Лак кожаный 2. Лаки пентафталевые	1. Эмали нитроцеллюлозные 1.1. Эмаль НЦ-25 -белая -желтая -голубая -красная 1.2. Эмали НЦ-132П	1. Нитроиск-кожи 1.1. на ткани 2. Кожа обувная 2.1. вид 21 2.2. вид 25 2.3. вид 27 3. Эластоиск – кожа обувная	1. Линолеум ПВХ марки Т 2. Линолеум ПВХ марки Х	1. Полотно объемное 1.1. 200кв.м. 1.2. 300кв.м. 2. Утеплитель объемный 2.1. 60кв.м. 2.2. 30кв.м.

2.1. Лак ПФ-060 3. Лаки битумные 3.1. Лак БТ-5100 4. Лаки перхлорвиниловые 4.1. Лак ХВ-784	-зеленая -серая -синяя -черная 1.3. Эмали пентафталевые ПФ-115 -белая -голубая 1.4. Эмаль глифталиевая ГФ-1426 -защитная	3.1. вид 21 3.2. вид 25 3.3. вид 27		2.3. 10кв.м.
--	--	---	--	--------------

Кейс 2. Ключки для гольфа из России

Производство экипировки для гольфа – это серьезный бизнес с оборотом несколько миллиардов долларов в год. Во всем мире насчитывается 75 миллионов людей, увлекающихся гольфом, что в два раза больше, чем число любителей тенниса.

Рынок гольф-индустрии сопоставим по емкости с рынком авиационных ракет. Инженеры небольшой российской фирмы «Метал-Парк» поняли это пять лет назад и теперь клюшками этой фирмы играет сам президент США.

Успеху фирмы предшествовали долгие поиски товара, способного принести прибыль. Сначала делали по заказам западных коммерсантов разнообразные металлические изделия – от стальных закладных деталей для бетонных изделий до латунных карабинчиков. Однако такой копеечный бизнес не устраивал руководителей предприятия. После анализа ситуации было решено сосредоточиться на самой сильной стороне фирмы и сформулировано правило – заниматься только высокотехнологичным производством. Инженеры остановили свой выбор на выпуске изделий из титана. Недоступный для производства гражданских товаров в период холодной войны легкий и прочный материал стал входить в моду.

Для обработки титана требуются специальные технологии и твердосплавные режущие инструменты. К началу 90-х годов Россия располагала самыми большими запасами титанового сырья, в стране осуществлялся полный цикл переработки – от добычи и получения титановой губки до высокоточного титанового литья и последующей обработки. Фирма «Метал-Прокат» располагала также обученным персоналом.

Сначала фирма попыталась наладить производство титановых эндопротезов для поставок в Италию. Позже поступило предложение делать титановый такелаж для яхт. Но эти попытки оказались неудачными: первая была связана с необходимостью огромных затрат на сертификацию, вторая сорвалась в связи с запретом американской ассоциации яхтсменов на использование титанового такелажа.

Новую идею подал инженеру фирмы южнокорейский бизнесмен, заказав титановую клюшку для гольфа. Он же рассказал, что гольф чрезвычайно популярен на Западе, число игроков растет стремительно, а мировой объем продаж клюшек в 1992 г. составил 1,5 млрд. долларов.

Первый образец российские инженеры просто выфрезеровали из куска титана. Впоследствии технология производства была отработана и представлена на высоком уровне. Первые изделия разработчики теперь называют «титановыми колотушками».

В 1993 году фирма участвовала в Международной выставке «Гольф-93», заключили договор о совместной деятельности с американской корпорацией Golfsmith, которая поместила информацию о русских титановых клюшках в свой ежегодно выпускаемый каталог.

Поскольку гольф в Америке крайне популярен, о русских клюшках стали много писать. Сначала просто об экзотическом явлении, но с ростом поставок тон публикаций стал уважительным.

Новые материалы живут в гольфе лет пять, а бурный рост продаж нового продукта приходится на первый год-полтора. Чтобы поддерживать спрос, индустрия должна предлагать игрокам что-то новое. «Метал-Парк» работает над новыми сверхлегкими высокопрочными материалами. Новейшая разработка фирмы клюшка-паттер, середина которой сделана из легкого титана, а края из сверхтяжелого вольфрама, гасящего осевые вибрации.

За шесть лет маленькая российская фирма стала одним из мировых производителей профессиональных головок для гольфовых клюшек класса high-end. Именно в этой высокотехнологичной нише «Метал-Парк» намерен оставаться и дальше.

Вопросы и задания:

1. Какую из стратегий охвата рынка использует фирма «Метал-Парк!»?
2. Какие факторы предопределили выбор этой стратегии?
3. Каковы характеристики рыночного сегмента, выбранного фирмой?
4. Проанализируйте привлекательность данного сегмента?
5. К какому типу товаров относится клюшка для гольфа?
6. Каковы особенности товарного ассортимента и ассортиментной политики фирмы?
7. Почему фирме необходимо работать над созданием новых вариантов товара?
8. Начертите приблизительный график жизненного цикла одной модели клюшки. Какие маркетинговые мероприятия необходимы на каждом этапе жизненного цикла этого товара?

Кейс 3. Решение о торговой марке.

Объединение «Вымпел» до 1992 года было монополистом в области жизнеобеспечения человека в экстремальных условиях и поддержания военной техники в боеготовности номер один. В специальном производственном корпусе предприятия шили уникальные костюмы для военных летчиков и пожарных, особые чехлы для баллистических ракет, бронежилеты. Сегодня корпус спецпроизводства находится в собственности государства и работает в соответствии с госзаказами. Остальные подразделения предприятия работают на рынке потребительских товаров, основная продукция предприятия – пальто. В год производится около ста моделей пальто, средний объем реализации – 240 тысяч изделий.

Предприятие имеет современную технику, собственную школу моделирования. Высокий уровень технической оснащенности организации производства, а также качество моделирования создает значительные конкурентные преимущества для ОАО «Вымпел».

Основные конкуренты предприятия – Белорусское предприятие «Электа» и Московское объединение «Салют». Кроме них, на рынке работают «нецивилизованные» конкуренты – небольшие предприятия, поставляющие одежду низкого качества под маркой «Вымпела».

В дореформенный период наряду со специальной продукцией предприятие имело договоренность с Пьером Карденом и выпускало пальто с его маркой. Когда начались реформы, объемы производства значительно снизились и пришлось сотрудничать с западными фирмами. Западные фирмы завозили сырье и забирали готовую продукцию со своей маркой.

Одним из крупнейших западных партнеров «Вымпела» была американская торговая фирма «Харве Беннарт». Под маркой этой фирмы объединение работало четыре года. Высокое качество изделий и низкие цены, по которым «Харве Беннарт» продавала в Нью-Йорке московские пальто, спровоцировали там ажиотажный спрос. Антидемпинговые службы США с 1 января 1977 года ввели количественные квоты на ввоз российских пальто из шерстяных тканей.

В настоящее время «Вымпел» не работает с американским партнером и прекратил заключать договоры на невыгодных схемах, предприятие ведет работу по продвижению на запад собственной марки «Вымпел».

Вопросы и задания:

1. Почему объединение «Вымпел» в течение длительного времени реализовывало свои изделия под частными марками продавцов?
2. Какие ещё существуют варианты поддержки марки?
3. Является ли решение руководства о продвижении товара под собственной маркой достаточно обоснованным? Приведите доводы «за» и «против» этого решения.
4. Какие требования предъявляют специалисты к марочному названию?
5. Соответствует ли название «Вымпел» этим требованиям?
6. Какие существуют стратегии марочного названия (семейственности марки) и какую из них, по вашему мнению, должно избрать объединение «Вымпел»?
7. Какие меры по поддержке и продвижению марки «Вымпел» необходимо предпринять?

Кейс 4.

Маркетинговая служба крупного магазина хозяйственных товаров провела исследование с целью определения целевой группы покупателей по товару «обои». Было опрошено 150 человек. Результаты опроса обобщены в таблице.

Проанализируйте данную в таблице информацию. Определите целевую группу покупателей, опишите портрет типичного покупателя.

Каким образом можно скорректировать маркетинговые мероприятия с учетом данной информации?

Результаты опроса покупателей

Вопросы анкеты	Количество опрошенных покупателей	
	мужчины	женщины
Всего опрошенных	96	54
Возраст 20-24	7	0
25-34	30	16
35-44	31	20
45-54	19	15
55 и более	9	3
Образование		
среднее	14	18
среднеспециальное	61	20
высшее	21	16
Профессионально-социальная группа		
руководители	4	8
служащие	87	17
рабочие	5	29
Количество человек в семье		
2 человека	12	7
3 человека	45	30
4 человека	21	12
5 и более	18	5
Общий семейный доход		
до 30 000 тыс. руб	30	15
от 30 000 до 60 000 тыс. руб.	38	20
от 60 000 и более	28	19

Кейс 5. Московский рынок коттеджей

АО «Гидромонтаж» - одна из крупнейших строительных организаций, занимающихся строительством коттеджей, заказало маркетинговое исследование с целью определения нужного сегмента рынка. «Наша стратегия, - говорят специалисты АО «Гидромонтаж», - чёткое определение, организация нашего покупателя параллельно с разработкой принципиально новых технологий, удешевляющих строительство».

Существует стереотипное мнение, что сейчас строить коттеджи бесперспективно, потому что, во-первых, их уже очень много, а во-вторых, все богатые люди их уже приобрели, а новых богатых сейчас появляется очень мало.

Исследование показало, что это справедливо, но только отчасти, а именно – для рынка очень богатых покупателей. Застройщики пытаются переориентироваться на реальных потребителей и вывести продажные цены на уровень 1500-2000 долларов за м². В общей массе предлагаемых коттеджей растет доля домов, квадратный метр в которых стоит 800-1500 дол. Снижение преобладающей цены связано с изменением, как структуры спроса, так и технологий и основных строительных материалов. На цену реализации коттеджа помимо себестоимости влияет ряд факторов: расположение дома в поселке; престижность местоположения; наличие приспособлений, не столько необходимых для жизни, сколько демонстрирующих возможности хозяев; сложившаяся социальная инфраструктура.

Эксперты утверждают, что именно цена дома становится основным критерием покупательского спроса. Рынок предлагает большое количество коттеджей, но в качественном отношении не может удовлетворить существующий спрос, поскольку для продажи, в основном, предлагаются непривлекательные строения, созданные из соображений дешевизны (по выбору места, материала, архитектуры) или построенные по западным технологиям и не пригодные для России.

Рынок предлагает достаточное количество коттеджей, но в качественном отношении предложение не может удовлетворить существующий спрос. Результаты изучения спроса и предложения отражены на графике

Продавцы коттеджей – это продавцы-собственники, инвесторы-застройщики, риэлтерские фирмы и агентства недвижимости; девелоперы.

Продавцы-собственники – это предприниматели, которые покупали дом и начинали строительство для себя, но вынужденные по разным (материальным или социальным причинам) теперь их продавать. В этом случае архитектурное решение домов довольно убогое или слишком вычурное.

Инвесторы-застройщики – это строительные фирмы, имеющие большой опыт работы и солидную материально-техническую базу. Эта группа продавцов предлагает, в основном, дорогие коттеджи высокого класса (цена м² от 1500 до 3600 \$)

Риелторы и агентства недвижимости обслуживают продавцов-собственников.

Девелоперы, строящие на деньги инвестора. Они подбирают хороший участок, подводят коммуникации, выбирают объект, проводят согласование с властями, находят заинтересованного инвестора, закупают стройматериалы, нанимают застройщиков, готовят и проводят рекламную кампанию. Эта группа продавцов предлагает качественные дома по вполне умеренным ценам – около 1800 \$ за м².

Покупатели коттеджей – это банкиры и предприниматели, «богема» (артисты); правительственные чиновники; представители криминальных структур; высокооплачиваемые сотрудники разных фирм; высокодоходные представители профессий, имеющие частную практику (юристы, дантисты, нотариусы и др.); пенсионеры, которым коттеджи покупают обеспеченные дети. Отдельная группа покупателей – это организации.

Исследование выявило и другой срез потребителей – в зависимости от уровня дохода.

Индивидуальные потребители со средним доходом считаются наиболее перспективным сегментом рынка. Это собственники некрупных частных предприятий или наёмный персонал со стабильной высокой зарплатой, приблизительно от 1000 дол. в месяц.

Потребители с высоким доходом (их немного) – предприниматели, имеющие возможность пару раз в год отдыхать за границей, чьи дети обычно обучаются за рубежом, имеющие квартиру в центре Москвы. Для них нормальным является владение несколькими домами и квартирами, как в России, так и за рубежом.

Интервьюирование потребителей со средним достатком позволило выявить характеристики идеального коттеджа для этой группы покупателей. Оптимальный размер дома – 150-300 м². Основной строительный материал – кирпич. Относительно архитектурно-планировочного решения мнения опрошенных можно разделить на две группы: тех, для кого внешний вид не имеет значения, и тех, кто тяготеет к стилям, характерным для российского прошлого. Большое значение уделяется удобной планировке. Местоположение поселка не дальше 10-15 км от МКАД или не более, чем в 40 минутах езды до работы. требования к участку земли самые разнообразные.

До сих пор застройщики предпочитают строить под конкретного заказчика. Главное в этой схеме – система финансирования. Наиболее распространенный вариант – предоплата, когда заказчик оплачивает застройщику стоимость строительства или до его начала, или в ходе строительства. Оптимальный для покупателя представляется схема, когда он авансирует сумму в размере 40-60% стоимости и после вселения выплачивает остальную сумму.

Вопросы и задания:

1. Какие составляющие внешней маркетинговой среды упомянуты в тексте.
2. Перечислите все факторы внешней среды маркетинга, которые должны учитывать организации, работающие на рынке коттеджей.
3. Дайте обобщенное маркетинговое описание коттеджа как товара. К какому типу относится этот товар? Какие меры по подкреплению данного товара требуются для обеспечения успешных продаж?
4. Какие принципы сегментирования возможны на рынке коттеджей?
5. На какой сегмент рынка следует ориентироваться АО «Гидромонтаж»? Дайте описание профиля этого сегмента и оценку его привлекательности.
6. Предложите оптимальную стратегию позиционирования.
7. Перечислите возможные схемы продаж коттеджей и выберите из них наиболее предпочтительные для АО «Гидромонтаж».

Кейс 6. Рынок продуктов питания

Фирма «Повар» производит мясные полуфабрикаты и деликатесы. Потенциальные потребители деликатесов – супермаркеты и специализированные продовольственные магазины, а мясных полуфабрикатов – кафе быстрого обслуживания, столовые, рестораны. Супермаркеты заинтересованы в точном соблюдении установленных сроков, качества и ассортимента поставок; надежной и привлекательной упаковке. При выборе поставщика магазины будут ориентироваться на предлагаемые цены и сроки хранения продуктов. Для ресторанов важно получить эксклюзивную продукцию высокого качества небольшими партиями под заказ. Кафе заинтересованы в калибровке продукции (равный вес изделий одного наименования). А для столовых имеет значение постоянное наличие недорогого ассортимента продукции.

У городских магазинов и супермаркетов имеется круг постоянных поставщиков деликатесов, однако последними нередко не соблюдаются сроки поставок, а ассортимент не всегда привлекает покупателей.

Магазины часто находятся в сложном финансовом положении, часть из них терпит убытки и вынуждена прекращать свою деятельность. Оставшиеся магазины сильно сокращают ассортимент деликатесов, ориентируясь на покупателей с невысоким уровнем доходов. Менеджеры ресторанов не склонны к смене поставщиков и неохотно идут на новые контакты, а кафе постоянно меняют поставщиков в поиске тех, кто сможет выполнять их особые требования.

По мнению специалистов фирмы «Повар» существует расхожий миф «о широком ассортименте как залого успеха». Производители мясной продукции постоянно наращивают свой ассортимент, вводя каждый месяц новые позиции и гордятся тем, что их прайс-лист насчитывает сотни наименований. Однако анализ данных о реализации показывает, что постоянным спросом пользуются лишь несколько наименований. Менеджер по продажам предложил проводить учет предложений и пожеланий клиентов, который должен показать определяющие критерии выбора при оформлении заказа на поставку. Полученные данные предлагается использовать при планировании ассортимента, установлении цен и требований к качеству продукции, а также при создании рекламных обращений и предупреждения возражения в ходе презентаций.

Вопросы и задания:

1. Выделите основные ориентиры, используемые организациями-покупателями мясной продукции при закупках.
2. Какие принципы сегментирования рынка могут быть использованы фирмой «Повар»?
3. В каких сегментах рынка фирма может добиться наибольшего успеха, если обеспечит себе необходимые преимущества?
4. Над созданием каких конкурентных преимуществ должна работать фирма?

Какими критериями нужно руководствоваться при формировании ассортимента? Предложите маркетинговые решения по ассортименту, актуальные для фирмы «Повар».

Кейс 7. «РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО МАСШТАБА»

В 2002 году впервые за много лет государственное ведомство попадет в число крупнейших рекламодателей. Госкомстат направит на рекламную кампанию переписи населения \$8 млн – почти столько же, сколько тратится, например, на рекламу сети «БиЛайн». На днях стало известно, что координацией масштабной акции займется агентство, возглавляемое Сергеем Зверевым, одним из самых известных специалистов по политическому PR в России.

Последняя перепись населения проводилась в 1989 г., предстоящая намечена на будущий октябрь. Министерство финансов выделяет на проведение переписи 4 млрд. руб., и, по словам Владимира Соколина, председателя Государственного комитета по статистике, \$8 млн из них пойдут на информационную кампанию. Главная цель рекламной поддержки – убедить граждан пускаться к себе в дом счетчиков, т.е. тех, кто будет проводить опросы.

Сумма, которую Госкомстат собирается потратить на рекламу, удивила экспертов. «Они однозначно попадают в двадцатку ведущих рекламодателей», – говорит Андрей Федотов, генеральный директор маркетингового агентства Russian Public Relations Group. По оценкам RPRG, рекламные затраты статистического ведомства сравнимы с бюджетами таких рекламодателей, как «ВымпелКом» (потратила \$4 млн за первую половину 2001 г.), Philip Morris или Japan Tobacco International.

Однако организаторы кампании убеждены, что денег выделяется мало. «Этот бюджет мы с трудом выбили в Минфине. В Америке на кампанию переписи потратили больше \$500 млн, о чем тут говорить?» – сокрушается Соколин. Госкомстат уже провел тендер на организацию информационной поддержки. В конкурсе участвовали семь агентств, среди наиболее крупных – «Максима», «Премьер-

СВ». В итоге координатором проекта выбрано PR-агентство «Крос», рекламную часть возьмет на себя фирма «МУВИ» (одна из компаний группы «Видео Интернешнл»), а социологической стороной займется фонд «Общественное мнение».

Руководитель «Кроса» Сергей Зверев также признается, что средств мало. О переписи должны узнать около 120 млн человек, т.е. все население страны за исключением детей. Поэтому выделенные средства не должны сравниваться с бюджетами коммерческих фирм – их целевая аудитория существенно уже, говорит Зверев. До того, как возглавить «Крос», он работал заместителем главы администрации президента, а ранее – зампредом правления АО «Газпром» и президентом группы «Мост». Во всех этих структурах Зверев отвечал за связи с общественностью и политическими организациями. С рекламными акциями в масштабах России Звереву уже приходилось сталкиваться. Например, он принимал активное участие в выборной кампании Бориса Ельцина в 1996 г.

Как будут потрачены бюджетные деньги, уже примерно известно. «МУВИ» собирается снять 15 телевизионных роликов (для разных демографических групп) и разместить рекламу на 1200 поверхностях в 80 городах страны. По словам заместителя председателя Госкомстата Сергея Колесникова, трансляция роликов будет оплачиваться на коммерческой основе, что в случае с государственными рекламными акциями случается нечасто. Например, налоговая полиция обычно размещает рекламу бесплатно, по специальному письму из этого ведомства.

Сопоставимую по масштабам с госкомстатовской информационную акцию проводил в конце 1997 г. Центробанк в рамках подготовки к деноминации. По словам Ирины Ясиной, руководившей в то время пресс-службой Банка России, на информподдержку было выделено порядка \$7 млн, при этом ЦБ благодаря поддержке правительства оплачивал размещение на 30%. Зверев надеется, что скидки можно будет получить и в предстоящую рекламную кампанию, хотя их размер только обсуждается.

Сергей Рыбак / Ведомости (Москва) – 19.10.2001 – № 194

Вопросы к кейсу:

1. Какая форма коммуникаций описывается в данном материале?
2. Какую цель, на Ваш взгляд, пытается достичь государство, устраивая подобные рекламные акции?
3. Какие плюсы и минусы возникают у коммерческой организации, получившей госзаказ?
4. На ваш взгляд, выбранные виды рекламы смогут обеспечить эффективную рекламу предстоящей переписи населения?

Кейс 8. «Потребительские предпочтения на рынке холодильников»

Из-за ограниченности площадей жилых помещений в Японии большинство домовладельцев используют двухдверные или многодверные холодильники-морозильники и только некоторые предпочитают отдельные холодильники и морозильники. Они используются для хранения свежих и мороженых пищевых продуктов, так как в Японии увеличивается число работающих домашних хозяек и в связи с этим возрастают объемы одноразовых покупок.

Опрос показал, что склонность японцев покупать свежие продукты ежедневно сохранится еще некоторое время.

Обычай в закупках (%) выглядят так:

- покупают продукты почти каждый день – 53,2;
- покупают продукты сразу на несколько дней – 22,0;
- нет определенной тенденции – 23,6;
- не ответили – 1,2.

57,2 % домашних хозяек, участвовавших в опросе, считают, что необходимо увеличить емкость холодильников. Во многом это связано с новой планировкой жилья, где площадь кухни намного увеличивается. Рынок холодильников маленьких размеров также растет, но он зависит совсем от других факторов, таких, как увеличение количества одиноких людей, необходимость второго холодильника в спальне или гостиной. Несмотря на то, что только незначительная часть рынка домашних холодильников в Японии признала импортные товары, объем импорта растет, что подтверждается результатами маркетинговых исследований.

Использование холодильников по странам-производителям:

- Япония (в настоящее время и ранее) – 98,8 %;
- США или страны Европы (в настоящее время) – 0,8 %;
- США или страны Европы (ранее) – 1,3 %;
- другие страны (в настоящее время и ранее) – 0,6 %.

Перспективы использования холодильников:

- предполагают использовать товар в будущем – 99,3 %;
- не обращают внимания на страну-производитель – 17,8 %;
- предпочитают использовать товар, произведенный в Японии, – 79,0 %;
- предпочитают использовать товар, произведенный в других странах, – 0,3 %;
- не ответили – 0,7 %.

С развитием рынка холодильников больших размеров усиливается деление рынка на сегменты пользователей холодильников большого и маленького размеров. С точки зрения их функциональности развивается производство многодверных моделей и моделей с другими дополнительными функциями, в то же время делается акцент на дизайн, увеличение емкости и использование новых типов изоляционных материалов.

По данным опроса, технические характеристики холодильников должны отвечать следующим требованиям:

- низкий расход электроэнергии – 80,1 %;
- высокое охлаждение и замораживающая мощность – 70,8 %;
- бесшумная работа – 65,2 %;
- рациональное использование полезной площади – 62,1 %.

Число потребителей, предпочитающих:

- большую емкость – 37,9 %;
- большую морозильную емкость – 16,7 %;
- лучшее использование полезной площади – 13,6 %;
- большую холодильную и морозильную мощность – 12,3 %;
- более долговечный срок – 10,4 %;
- более привлекательный дизайн и краски – 10,0 %;
- низкие цены – 8,6 %;
- меньший расход энергии – 4,7 %.

При ответе на вопрос, какую страну-производитель они бы предпочли при покупке следующего холодильника, 2,2 % опрошенных сообщили, что они выберут продукцию США или Европы; 17,8 % сказали, что все равно. Поэтому 20 % населения Японии предположительно могут купить продукцию, сделанную в США или Европе.

Вопросы и задания

1. Предположите критерии сегментации японского рынка холодильников и опишите наиболее емкие сегменты.
2. Целесообразно ли европейским и американским фирмам увеличивать продажи холодильников в Японии? Приведите аргументы «за» и «против».
3. Если на предыдущий вопрос вы ответили положительно, порекомендуйте инофирмам целевой сегмент на японском рынке холодильников и разработайте позиционирование для их товара.

Кейс 9. Компания «Проктер энд Гэмбл» приглашает к диалогу

А н к е т а

Уважаемый покупатель!

Мы составили этот опросник в целях изучения потребностей покупателей на рынке мыла. Мы просим Вас ответить на вопросы, приведенные ниже, и отправить их нам вместе с оберткой мыла Сейфгард, которое Вы получили в качестве подарка от нашей компании.

Наш адрес: 101000, Москва, а/я 92.

Первые 750 человек, приславшие ответы, получают подарок – сюрприз от Сейфгард!

Не забудьте вписать Ваше имя и адрес, и Вы будете внесены в специальный список «Проктер энд Гэмбл», что позволит Вам получать самые свежие новости о наших продуктах.

Нам очень важно знать Ваше мнение. Пожалуйста, определите Вашу точку зрения, поставив крестик напротив соответствующего вопроса.

1. Как бы Вы охарактеризовали мыло Сейфгард?

- Очень хорошее.
- Хорошее.
- Среднее.
- Плохое.

2. Какое качество мыла Сейфгард Вы считаете наиболее ценным?

- Антибактериальность.
- Мягкость.

- Оба предыдущих.
 - Другое (впишите, пожалуйста, Вашу версию).
3. Кто пользуется мылом Сейфгард в Вашей семье? (возможны несколько вариантов ответов)
- Я.
 - Муж.
 - Дети.
 - Бабушка/дедушка.
4. Сколько человек в Вашей семье?
- Меньше двух.
 - Двое или трое.
 - Больше трех.
5. Какими сортами мыла Вы пользуетесь?
- Сейфгард.
 - Камей.
 - Протекс.
 - Палмолив.
 - Отечественные сорта мыла (укажите, пожалуйста).
6. Где Вы обычно покупаете мыло? (возможны несколько вариантов ответов)
- Универмаг.
 - Специальный магазин парфюмерии/косметики.
 - Оптовый рынок.
 - Киоск.
 - Другие (укажите, пожалуйста).
7. Почему Вы покупаете то или иное мыло? (возможны несколько вариантов ответов)
- Качество.
 - Цена.
 - Привычка.
 - Реклама.
 - Другое (укажите, пожалуйста).
8. Сколько кусков мыла Вы покупаете ежемесячно?
- Один.
 - Два.
 - Больше трех.
 - Ни одного.

Ваше имя: _____ Ваш _____

адрес: _____

Большое спасибо!

Вопросы и задания

1. Оцените возможный процент возврата опросных листов после их рассылки (рассмотрите разные способы рассылки).
2. Какую информацию получит фирма, обработав результаты опроса?
3. Какие типы вопросов включены в опросный лист?
4. Были ли допущены ошибки при подготовке опросного листа? Если да, то какие?

Кейс 10.

В анкете, подготовленной без учета всех правил, можно найти целый ряд ошибок. Прочитайте вопросы, предложенные директором летнего лагеря в анкете для опроса родителей возможных отдыхающих.

Что вы думаете по поводу каждого из поставленных вопросов?

Попробуйте правильно составить эти вопросы.

1. Каковы ваши доходы с точностью до сотни долларов?
2. Являетесь ли вы активным или пассивным сторонником пребывания своих детей в летнем лагере?
3. Хорошо ли ведут себя ваши дети в летнем лагере?

Да Нет

4. Сколько лагерей прислали вам свои рекламные подборки в апреле прошлого года? В апреле этого года?
5. Какими самыми выдающимися и самыми определяющими особенностями обладают, на ваш взгляд, летние лагеря?
6. Правильно ли, по вашему мнению, лишать своего ребенка возможности взрослеть, набираясь жизненного опыта в летнем лагере?

Кейс 11.

Какими методами сбора первичных данных необходимо воспользоваться в следующих ситуациях:

1. Владелец магазина готовой одежды намерен расширить ассортимент товаров и желает узнать, какие виды одежды будут пользоваться повышенным спросом.
2. Производители хлебобулочных изделий хотели бы определить ассортимент, объемы и частоту закупок семьями хлеба и другой выпечки по дням недели.
3. Менеджер отдела столовой посуды поставил перед собой задачу – подсчитать, какой процент покупателей, посетивших отдел, уходят с покупкой.

Кейс 12.

Хлебобулочные изделия относятся к продуктам повседневного спроса. Эти товары являются стратегическими, так как играют важнейшую роль в обеспечении продовольственной независимости и безопасности страны. Следовательно, организация маркетинговой деятельности хлебобулочных предприятий должна проводиться с учетом государственных интересов и в духе социальной политики. Это особенно важно в настоящее время в связи с тяжелой социально-экономической и демографической обстановкой в России.

Ситуация, сложившаяся на данном рынке требует обеспечения населения качественными хлебобулочными изделиями, доступными по цене, а также сбалансированного учета интересов предприятий (получение прибыли) и всего общества в целом. Такой комплекс задач обеспечивается широким применением за рубежом и в той или иной мере в России концепции социально-этнического маркетинга.

С целью дальнейшего обоснования этих концепций маркетинга в г. Тольятти было проведено маркетинговое исследование, целью которого было определение сбытовой политики и конкурентных цен хлебобулочных изделий хлебозавода. Одним из методов проведенного исследования явился опрос покупателей в различных торговых точках г. Тольятти, результаты которого дополнялись наблюдениями лиц, проводивших опрос. Опрос представлял собой непосредственную беседу исследователя с людьми с целью получения интересующих его данных, которые оформлялись в виде заранее подготовленной анкеты, представленной ниже.

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ

1. Место проведения опроса _____
2. Как часто Вы посещаете наш магазин?
каждый день: обычно не посещаю: зашел(а) в первый раз
3. Почему Вы купили хлеб в нашем магазине?
удобное расположение; выгодная цена;
случайный выбор магазин; широкий ассортимент других товаров;
свежесть и качество хлеба; другое
4. Как Вы оцениваете обеспеченность населения Вашего района хлебобулочными изделиями?
высокая; достаточная; удовлетворительная; слабая
5. Сколько хлебобулочных изделий Вы приобрели?
6. Почему Вы приобрели большое количество хлебобулочных изделий?
большая семья; свежесть хлеба; выгодная цена; другое
7. Устраивает ли Вас график работы нашего магазина?
да нет
8. Если нет, укажите желаемый _____
9. Возраст _____
10. Род занятий _____

Вопросы к заданию:

1. Оцените возможный процент возврата опросных листов после рассылки (рассмотрите разные способы рассылки).
2. Какие типы вопросов включены в опросный лист?
3. Были ли допущены ошибки при подготовке опросного листа?

Критерии оценки работы студентов над решением кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка 5 (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 4 (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 3 (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 2 (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.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489171> (дата обращения: 25.08.2021).
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827> (дата обращения: 25.08.2021).
3. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489477> (дата обращения: 25.08.2021).

7.2. Дополнительная литература

1. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492053> (дата обращения: 25.08.2021).
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492054> (дата обращения: 25.08.2021).

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Классные доски и т.д.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы

шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к экзамену

1. Стратегия разработки новых товаров.
2. Политика распределения товаров.
3. Каналы распределения товаров и услуг.
4. Структура и управление каналами распределения.
5. Товародвижение.
6. Понятие розничной торговли, ее функции. Розничный товароборот.
7. Виды предприятий розничной торговли.
8. Маркетинговые решения розничного торговца.
9. Понятие оптовой торговли, ее функции.

10. Виды предприятий оптовой торговли.
11. Маркетинговые решения оптового торговца.
12. Маркетинговые коммуникации: определение понятия, классификация.
13. Понятие и специфика брендинга.
14. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
15. Формирование комплекса стимулирования.
16. Реклама деятельности предприятия.
17. Прямой маркетинг и личные продажи.
18. Основное содержание и функции связей с общественностью.
19. Структура и основные методы стимулирования сбыта.
20. Маркетинговая политика: определение, составляющие, основные принципы.
21. Понятие и сущность маркетинговых исследований.
22. Основные этапы маркетинговых исследований.
23. Постановка целей и задач, планирование программы исследования.
24. Реализация исследования.
25. Обработка и анализ данных.
26. Подготовка отчета.
27. Классификация методов маркетинговых исследований.
28. Наблюдение.
29. Методики опроса.
30. Методики анкетирования.
31. Фокус-группа.
32. Панельные исследования.
33. Метод экспертных оценок.
34. Подготовка данных к обработке.
35. Методы анализа данных.
36. Корреляционный и регрессионный анализ. Многомерное шкалирование.
37. Возможности использования дискриминантного, факторного, кластерного анализов.
38. Основные составляющие анализа покупательского поведения (покупательское поведение, решение и спрос).
39. Факторы мотивации потребителя.
40. Процесс принятия решения потребителем.
41. Влияние личностных, социальных и культурных факторов на поведение потребителя.
42. Анализ конкурентоспособности предприятия.
43. Маркетинговые модели покупательских требований и предпочтений.
44. Понятие, предназначение и структура плана маркетинга.
45. Основные этапы разработки маркетингового плана.
46. Бюджет маркетинга. Методы определения бюджета.
47. Маркетинговый аудит: цели, задачи, структура.
48. Управление маркетингом. Три уровня маркетинга в компании.
49. Стратегии маркетинга: матрица Ансоффа.
50. Стратегии маркетинга: матрица Мак-Кинси.

4.1. Тестовый контроль

Вариант 1

1. Потребность — это
 - а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
 - б) нужда, воплощенная в конкретную форму;
 - в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;

г) все ответы верны.

2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается

- а) большое число потребителей;
- б) превышение предложения над спросом;
- в) превышение спроса над предложением;
- г) все ответы верны.

3. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга — это

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в товаре;
- в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- г) правильного ответа нет.

4. В маркетинге товар понимается как

- а) продукт, произведенный для обмена;
- б) физический объект;
- в) набор свойств, позволяющий решить проблемы потребителя;
- г) все ответы верны.

5. Любая фирма может воздействовать на рынок

- а) через модель 4Р;
- б) только рекламой;
- в) только ценой;
- г) только товаром;
- д) правильного ответа нет.

6. Приведите случаи функциональной, видовой и предметной конкуренции по товарам.

Товар	Конкуренция		
	функциональная	видовая	предметная
Цифровой фотоаппарат Кодак			
Морозильная камера Стинол			
Батон «Здоровье»			
Спортивная сумка «Адидас»			
Карандаш для глаз «Avon»			

7. К источникам первичной информации относятся:

- а) анкетирование;
- б) справочники;
- в) наблюдение;
- г) фокус-группа.

8. К источникам вторичной информации относятся:

- а) СМИ;
- б) опрос;
- в) справочники;
- г) отчеты;
- д) фокус-группа.

9. Для получения первичной информации непосредственно от самого объекта используются исследования:

- а) полевые;
- б) кабинетные;
- в) социологические;
- г) маркетинговые.

10. Для сбора и оценки вторичной информации используются исследования:

- а) полевые;
- б) кабинетные;
- в) социологические;
- г) маркетинговые.

11. Недостатками метода наблюдения являются его:

- а) длительность;
- б) естественность;
- в) субъективность;
- г) целенаправленность.

12. Совокупность сведений об объекте представляет собой:

- а) базу данных;
- б) информационный поток;
- в) маркетинговую информационную систему;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

13. Часть генеральной совокупности, которая отражает ее структуру, сохраняет ее пропорции:

- а) рабочая гипотеза;
- б) совокупность;
- в) выборка;
- г) респондент.

14. Теория интегрированных маркетинговых коммуникаций в современной России применяется:

- а) в крупных коммерческих корпорациях;
- б) в негосударственных организациях;
- в) в органах государственной власти;
- г) на предприятиях малого бизнеса.

15. Модель RACE расшифровывается как:

- а) планирование, прогнозирование, коммуникация, корректировка;
- б) планирование, коммуникация, оценка, корректировка;
- в) исследование, действие, коммуникация, оценка;
- г) прогнозирование, действие, коррекция, коммуникация.

16. Основными задачами модератора при проведении фокус-группы являются:

- а) направление обсуждения в нужное заказчикам исследования русло;
- б) разъяснение присутствующим поставленным заказчиками вопросов;
- в) контроль за участниками фокус-группы;
- г) ведение стенограммы заседания фокус-группы.

17. Коммуникативный аудит – это:

- а) исследование отношения СМИ к организации;
- б) изучение коммуникативных барьеров, препятствующих прохождению информации в организации;
- в) комплексное исследование каналов коммуникации, связывающих организацию с группами внешней общественности;
- г) комплексная оценка состояния системы коммуникаций организации и рекомендации по ее совершенствованию.

18. Вероятностное предположение о сущности рассматриваемых явлений и путях решения проблемы — это:

- а) цель исследования;
- б) рабочая гипотеза;
- в) методы исследования;
- г) генеральная совокупность.

19. Соотнесите цели и типы исследования:

<i>Цель исследования</i>	<i>Тип</i>
1. Сбор информации для предварительной оценки проблемы и ее структурирования	А) дескриптивное (описательное) (4)
2. Проверка гипотезы о наличии причинно-следственных связей	Б) поисковое (1)
3. Предсказание состояния субъекта в будущем	В) каузальное (2)
4. Описание выбранных явлений	Г) прогнозное (3)

20. Множество всех элементов – носителей изучаемых параметров (характеристик) – это:

- а) выборка;
- б) генеральная совокупность;
- в) рабочая гипотеза;
- г) респондент.

Вариант 2

1. Совокупность потребителей, принимающих покупательские решения, называется:

- а) потенциальные потребители;
- б) целевая аудитория;
- в) клиенты;
- г) рекламная аудитория.

2. В концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций главной идеей является:

- а) знание о своих потребителях, уход от «безликих» потребителей;
- б) использование как можно большего количества средств коммуникаций;
- в) сокращение затрат на продвижение;
- г) интеграция потребителей, объединение их в ассоциации и союзы.

3. К средствам прямого маркетинга относятся:

- а) реклама в специализированных журналах;
- б) реклама в точке продажи;

- в) direct mail;
- г) скидки постоянным клиентам.

4. К каналам неличной коммуникации не относятся:

- а) печать;
- б) наглядные средства рекламы;
- в) презентация;
- г) общение по сети Интернет.

5. Прямой маркетинг – это стимулирование покупок в результате контакта с потребителем, непосредственно или по почте; направлен на получение от него немедленной ответной реакции.

Вставьте пропущенное слово

- а) привередливым;
- б) зажатым;
- в) конкретным;
- г) массовым.

6. Экономическая эффективность рекламы определяется путем измерения ее влияния на:

- а) объем продаж;
- б) величину издержек;
- в) отношение потребителей к рекламируемому товару (услуге);
- г) запоминаемость рекламы.

7. Категоризация данных анкеты и представление их в условном виде, обычно числовом:

- 1) редактирование; 2) кодирование; 3) преобразование; 4) взвешивание; 5) табуляция; 6) очищение.

8. Перенос закодированных данных из анкеты или таблиц на диски:

- 1) редактирование; 2) кодирование; 3) преобразование; 4) взвешивание; 5) табуляция; 6) очищение.

9. Проверка состоятельности собранных данных:

- 1) редактирование; 2) кодирование; 3) преобразование; 4) взвешивание; 5) табуляция; 6) очищение.

10. Каждому наблюдению или респонденту присваивается весовой коэффициент, отображающий степень его значимости по сравнению с другими наблюдениями:

- 1) редактирование; 2) кодирование; 3) преобразование; 4) взвешивание; 5) табуляция; 6) очищение.

11. Обработка анкет, повышающая точность и аккуратность представленной в них информации — это:

- 1) табуляция; 2) редактирование; 3) кодирование; 4) преобразование.

12. Метод _____ (кластерного анализа) позволяет сгруппировать исследуемые объекты на основании определенных признаков, что облегчает поиск закономерностей.

13. Систематический сбор, отображение и анализ информации для решения маркетинговых проблем – это:

- 1) маркетинг; 2) маркетинговые исследования; 3) формирование имиджа; 4) база данных.

14. Объектом в маркетинговых исследованиях является:

1) потребитель; 2) конкуренты; 3) все участники рынка; 4) поставщики.

15. Основная цель маркетинговых исследований:

1) формирование имиджа; 2) предоставление информации; 3) продвижение товара; 4) сбыт товара.

16. Любая деятельность, которая может удовлетворить потребности и желания, но не может быть получена в собственность, т. к. нематериальна — это:

1) товар; 2) рынок; 3) услуга; 4) дизайн.

17. Кто из указанных сотрудников предприятия непосредственно не участвует в процессе проведения МИ:

1) статистик; 2) офис-менеджер; 3) библиотекарь; 4) директор по исследовательской деятельности.

18. Какова общепринятая цель маркетинга:

1) повышение прибыли; 2) формирование общественно полезного поведения; 3) максимальное повышение качества жизни; 4) продвижение товара.

19. Нарушением норм этики в маркетинговых исследованиях является:

1) неполный отчет; 2) предвзятое исследование; 3) анонимность респондента; 4) разглашение результатов.

20. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы:

1) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации; 2) методические приемы работы с информацией; 3) офисное оборудование; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет.

Вариант 3

1. В теории маркетинг определяется как:

А) вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей посредством обмена; б) деловая активность, посредством которой поток товаров и услуг направляется от производителя к потребителю; в) комплексная система организации производства и сбыта продукции на базе изученных потребностей; г) система управления производственно-сбытовой деятельностью предприятий, основанная на комплексном анализе рынка; д) все вышеперечисленные определения верны.

2. Контрмаркетинг целесообразно использовать при:

А) отсутствии спроса; б) чрезмерном состоянии спроса; в) негативном состоянии спроса; г) все ответы верны; д) правильного ответа нет.

3. Определение типа позиции конкурента необходимо для того, чтобы:

1) выбрать метод исследования; 2) сузить круг исследуемых конкурентов; 3) прояснить позицию своей фирмы; 4) глубже изучить проблему.

4. Выявление конкурентоспособности фирмы начинается с изучения:

1) привлекательности отрасли; 2) позиции фирмы; 3) новых конкурентов; 4) своего имиджа.

5. Рыночный _____ (лидер) — организация с наибольшей рыночной долей в отрасли.

Рыночный _____ (претендент на лидерство) — организация в отрасли, которая борется за увеличение своей рыночной доли.

Рыночный _____ (последователь) — организация в отрасли, которая предпочитает сохранять свою рыночную долю.

6. Организации, действующие в рыночной _____ (нише), обслуживают сегменты, которые другие не приняли в расчет.

7. Переменные расходы, непосредственно связанные с выполняемым объемом работ, включают в себя траты на:

1) заработную плату; 2) аренду помещений; 3) расходные материалы; 4) коммунальные платежи.

8. Постоянные расходы связаны с затратами на:

1) заработную плату; 2) аренду помещений; 3) расходные материалы; 4) коммунальные платежи.

9. Одноуровневый канал распределения товаров включает:

А) производителя и одного посредника; б) производителя, одного посредника и потребителя; в) одного посредника и потребителя; г) правильного ответа нет.

10. Разработка бюджета продвижения осуществляется следующими методами. Укажите лишнее:

А) конкурентного паритета; б) "в процентах к сумме продаж"; в) "от наличных средств"; г) на основе целей и задач; д) рентабельности инвестиций.

11. К каналам личной коммуникации не относится:

А) телефонные контакты; б) личные встречи; в) переписка; г) телевидение.

12. Маркетинговое наблюдение, или разведка, представляет собой:

1) источник внешней маркетинговой информации; 2) систему сбора и обработки внешней текущей информации; 3) метод сбора маркетинговой информации; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет.

13. Достоинством наблюдения как метода получения маркетинговой информации является:

1) высокая репрезентативность; 2) селективный отбор объектов исследования; 3) эффект наблюдения; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет.

14. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения:

1) лабораторную; 2) кабинетную; 3) полевую; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет.

15. Наблюдение является единственно возможным методом сбора информации в случаях, когда:

1) объект отказывается от сотрудничества; 2) необходимо воспринимать неосознанное поведение людей; 3) все ответы верны; 4) правильного ответа нет.

16. Эффект наблюдения проявляется в том, что:

1) исследователь осуществляет селективный отбор объектов наблюдения; 2) исследуемое поведение тщательно детализируется; 3) наблюдаемое поведение становится неестественным; 4) все ответы верны; 5) правильного ответа нет.

17. Зависимость изменения величины спроса от изменения его цены — это:

1) эластичность спроса; 2) ценовая конкуренция; 3) ценовая политика; 4) маркетинговая политика.

18. Неценовая конкуренция возможна за счет:

1) снижения цен; 2) престижности марки; 3) высокого спроса; 4) расширения рынка.

19. Информацию по ценовой политике конкурентов можно получить в процессе изучения:

1) прайс-листов; 2) мнения о ценах; 3) чувствительности к цене; 4) на выставках.

20. Изучение ценовой эластичности осуществляется с помощью методов:

1) фокус-группы; 2) опроса потребителей; 3) статистического анализа; 4) экспертных оценок.

Содержание экзамена

1. Устно ответить на два вопроса в билете.
2. Решить тестовые задания (10 заданий)

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценки «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

_____ / _____
подпись

Н. Н. Дебелова

Рабочая программа дисциплины согласована:

Декан ГФ _____ / _____
подпись

О.С. Жаркова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от ____ . ____ . 2021 года.

Заведующий кафедрой _____ / _____
подпись

М.А. Макиенко

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Название дисциплины»

по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки «Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Название дисциплины» является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Название дисциплины» входит в Блок 1, обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору. Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Название дисциплины», «Название дисциплины»...

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор НОУ ВО «ТИБ»

С.Л. Красинский

« 12 »

2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация	бакалавр
Учебный план набора	2022
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «*Менеджмент*» состоит в овладении студентами статистической методологией и ее применением при исследовании социально-экономических процессов, протекающих на предприятиях, на уровне видов экономической деятельности и в национальной экономике в целом.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «*Менеджмент*» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- изучение категорий и понятий статистики, методов организации сбора, обработки данных статистического наблюдения;
- анализ данных с помощью обобщающих показателей (абсолютных, относительных, средних величин);
- изучение методов статистического моделирования и прогнозирования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «*Менеджмент*» относится к *дисциплинам обязательной части* Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениям компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин:

Дисциплина «*Менеджмент*» является предшествующей для следующих дисциплин: «Управленческий учет», «Бизнес-планирование» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Определяет свою роль в команде, эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи	Знает основные принципы организации работы в команде	Определять командные задачи и основные способы взаимодействия с различными членами команды	Методами эффективного взаимодействия с другими членами команды
2	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Оценивает личные ресурсы по достижению целей управления своим временем для успешного выполнения порученной работы и саморазвития.	Знает различные инструменты планирований, методы оценки личных ресурсов	Выбирать необходимые инструменты планирования в соответствии с поставленной целью	Методами управления своим временем в соответствии с поставленной целью
			УК-6.2. Демонстрирует понимание важности планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Знает инструменты тайм-менеджмента, подходы к формированию карьерной лестницы, основные тенденции рынка труда	Выбирать необходимые инструменты тайм-менеджмента, выстраивать карьерную лестницу в соответствии с требованиями рынка труда	
3	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной динамической среды и оценивать их последствия	ОПК-3.2. Анализирует социально-значимые процессы и проблемы, осуществляющиеся в обществе и прогнозирует их возможное развитие	Специфику реализации социальных процессов, методы прогнозирования	Применять методы прогнозирования социальных процессов	Навыками анализа социальных процессов и прогнозирования возможных последствий их развития

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО) Всего часов	Заочная форма обучения (ЗО) Всего часов
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)			
В том числе:			
Лекции (Л)	24	4	4
Практические занятия (ПЗ)	36	10	10
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего) (СРС)	120	166	166
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Контрольная работа			
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))	Экзамен 4 семестр	Экзамен 4 семестр	Экзамен 4 семестр
Общая трудоемкость	180 час		
	5 зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)		

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Природа управления и исторические тенденции его развития	2	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
2.	Этапы и школы в истории менеджмента	2		УК-3, УК-6, ОПК-3
3.	Разнообразие моделей менеджмента	2	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
4.	Развитие управления в России. интеграционные процессы и перспективы менеджмента	2		УК-3, УК-6, ОПК-3
5.	Общая теория управления, управление социально-экономическими системами	2		УК-3, УК-6, ОПК-3
6.	Сущность, социофакторы и этика менеджмента	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
7.	Природа и состав функций менеджмента	3		УК-3, УК-6, ОПК-3
8.	Организационные отношения в системе менеджмента	3		УК-3, УК-6, ОПК-3
9.	Формы организации системы менеджмента	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-

				3
10.	Динамика групп в системе менеджмента	3		УК-3, УК-6, ОПК-3
	Итого	24	4	

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Природа управления и исторические тенденции его развития	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
2.	Этапы и школы в истории менеджмента	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
3.	Разнообразие моделей менеджмента	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
4.	Развитие управления в России. интеграционные процессы и перспективы менеджмента	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
5.	Общая теория управления, управление социально-экономическими системами	3	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
6.	Сущность, социофакторы и этика менеджмента	4	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
7.	Природа и состав функций менеджмента	4	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
8.	Организационные отношения в системе менеджмента	4	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
9.	Формы организации системы менеджмента	4	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
10.	Динамика групп в системе менеджмента	5	1	УК-3, УК-6, ОПК-3
	Итого	36	10	

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Природа управления и исторические тенденции его развития	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
2.	Этапы и школы в истории менеджмента	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
3.	Разнообразие моделей менеджмента	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
4.	Развитие управления в России. интеграционные процессы и перспективы менеджмента	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
5.	Общая теория управления, управление социально-экономическими системами	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
6.	Сущность, социофакторы и этика менеджмента	ЛИТ, А	12	20	Кейс	УК-3, УК-6, ОПК-3
7.	Природа и состав функций менеджмента	ЛИТ, Пс	12	16	Доклад, сообщение	УК-3, УК-6, ОПК-3
8.	Организационные отношения в системе менеджмента	ЛИТ, А	12	16	Кейс	УК-3, УК-6, ОПК-3

9	Формы организации системы менеджмента	ЛИТ, Тз	12	16	Кейс	УК-3, УК-6, ОПК-3
10	Динамика групп в системе менеджмента	ЛИТ, А	12	18	Кейс	УК-3, УК-6, ОПК-3
	Итого		120	166		

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины <i>(дидактические единицы)</i>
1	Природа управления и исторические тенденции его развития	Управление – древнейшее искусство и новейшая наука. Изучение менеджмента, как самостоятельной науки. Концепция «научного управления» Ф. Тейлора, концепция «идеальной бюрократии» М. Вебера, «наука администрирования» А. Файоля. Поведенческое направление, в основе которого лежат достижения психологии, социологии, культурологи, которые дали возможности понимания сути управления в организациях. Рационалистическое и поведенческое направления, сходства и различия. Концепция ситуационного подхода. Организационная культура. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития.
2	Этапы и школы в истории менеджмента	Школа научного управления. Классическая школа менеджмента. Школа человеческих отношений и школа поведенческих наук. Поведенческие концепции. Количественный подход. Ситуационный подход (эмпирическая школа). Современная гуманистическая концепция
3	Разнообразие моделей менеджмента	Американская модель менеджмента. Усилия ведущих корпораций Америки. Совершенствуются организационные структуры управления.мерикано-японский гибрид - теория « Z » У. Оучи. Основные положения модели У. Оучи. Японский менеджмент. Принцип «человеческого потенциала». «Система пожизненного найма». Принципы системы «оплаты по старшинству». Система принятия стратегических решений «рингисэй». Диверсификация крупного бизнеса, как основа горизонтальной и вертикальной интеграции.
4	Развитие управления в России. интеграционные процессы и перспективы менеджмента	Три этапа эволюции управления в России. Командно - административная (1917 – 1967) система. Организационно – экономическая (1967 – 1986) система. Современный этап. Переходный к рыночному (1986 – н.в.). Основными принципами

		командно–административной системы управления. Концепция «Организационного управления». Концепция «Физиологического оптимума». Концепции «Трудовых установок» и «Узкой базы». Концепция «Организационной деятельности». Концепция «Социально – трудовая концепция управления производством». Концепция «Административной емкости». Основные особенности организационно–экономической системы управления. Современный переходный к рыночным отношениям
5	Общая теория управления, управление социально-экономическими системами	Понятие закон. Три группы законов. Познание законов, как основная задача науки. Закономерности управления. Выявление конкретной общественной потребности или потребностей группы людей. Исследование потребностей на устойчивость или повторяемость. Исследование количественных зависимостей между факторами объекта и субъекта управления. Выведение устойчивой связи между явлениями (формулы, нормативы). Принципы управления. Классификация принципов управления. Общие и структурно-функциональные принципы: научность, системность, комплексность, экономичность, мотивация, прибыльность и плановость, построение организационных структур. Принципы, определяющие взаимоотношения в коллективе (принципы управления людьми). Принципы, способствующие формированию личности менеджера-руководителя.
6	Сущность, социофакторы и этика менеджмента	Понятие «менеджмент». Причины возникновения социального управления. Виды менеджмента. Стратегический менеджмент. Инновационный менеджмент — управление нововведениями любого рода. Производственный менеджмент (управление производством). Маркетинговый менеджмент. Финансовый менеджмент. Управление персоналом.
7	Природа и состав функций менеджмента.	Понятие функции. Три группы функций менеджмента. 1. Основные (общие) функции: целеполагание; планирование; организация; координация и регулирование; мотивация; учет, анализ и контроль. 2. Специфические функции: общее управление, делопроизводство; специализированное управление; техническое обслуживание управления; обучение персонала; охрана труда. 3. Конкретные функции: административное управление; управление персоналом; - управление материально-техническим снабжением; управление хозяйственным обслуживанием.
8	Организационные отношения в системе менеджмента	Понятие организация в менеджменте. Три основных условия возникновения организации: 1) есть хотя бы одна цель, которая объединяет членов организации; 2) есть хотя бы два человека, которые готовы работать и работают вместе для того, чтобы достичь стоящих перед ними целей; 3) есть хотя бы два человека, которые считают себя принадлежащими к организации. Организация и типы ее структур.

		<p>Планирование: основные стадии планирования, стратегический и тактический планы. Обязательные компоненты организации: цель, иерархия, управление, формализация. Этапы развития организации: рождение организации, детство и юность, зрелость, старение организации, возрождение либо исчезновение. Внешняя и внутренняя среда организации: цикл менеджмента</p>
9	<p>Формы организации системы менеджмента</p>	<p>Понятие организационная структура управления. Элементами организации - установление разных связей: вертикальные связи, горизонтальные. Линейные отношения. Функциональные отношения. Формальные и неформальные организационные структуры. Организационная структура управления механистического типа. Линейная организационная структура управления. Функциональная организационная структура управления. Линейно-функциональная организационная структура управления. Линейно-штабная организационная структура управления. Дивизиональная организационная структура управления. Проектная (программно-целевая) организационная структура. Матричная организационная структура управления. Групповая (бригадная) организационная структура управления. Венчурные и инновационные внутрифирменные структуры.</p>
10	<p>Динамика групп в системе менеджмента</p>	<p>Понятие коммуникация. Процесс коммуникации обязательно включает следующие компоненты: коммуникантов (участников коммуникации); сообщение; код; шум; информация. Понятие «информационные технологии». Характеристика информации: полнота, достоверность, актуальность, доступность, языковая ясность. Два типа информации с точки зрения ее влияния на процесс производства: 1) ситуационная информация, 2) организационная информация. Этапы коммуникации: 1) формирование сообщения, 2) кодирование, 3) передача сообщения, 4) декодирование, 5) обратная связь. Внешние коммуникации. Внутренние коммуникации</p>

1. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№	Наименование тем	Используемые образовательные технологии
---	------------------	---

п/п	(разделов) дисциплины	Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-коммуникационные	Инновационные методы
1	Природа управления и исторические тенденции его развития	+				+		
2	Этапы и школы в истории менеджмента	+	+			+		
3	Разнообразие моделей менеджмента	+						
4	Развитие управления в России. интеграционные процессы и перспективы менеджмента	+			+			
5	Общая теория управления, управление социально-экономическими системами	+	+	+				+
6	Сущность, социофакторы и этика менеджмента	+		+		+	+	
7	Природа и состав функций менеджмента	+			+	+	+	
8	Организационные отношения в системе менеджмента	+	+			+		
9	Формы организации системы менеджмента	+			+			+
10	Динамика групп в системе менеджмента	+			+			

2. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «Иностранный язык» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;
- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;
- решать задачи;
- готовиться к деловым играм.

Тематика рефератов

1. Основные подходы к рассмотрению сущности управления.
2. Организация как основной объект управления.
3. Виды организаций.
4. Основные законы и принципы управления.
5. Основные школы управления.
6. Сущность основных научных подходов к управлению.
7. Основные современные тенденции в менеджменте.
8. Принципы и этапы планирования.

9. Специфика бизнес-планов.
10. Централизация и децентрализация управления. Делегирование полномочий.
11. Неденежные формы мотивации и условия их эффективного применения.
12. Сущность и содержание функции контроля.
13. Понятие и классификация управленческих решений.
14. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений.
15. Методы принятия управленческих решения.
16. Роль функции коммуникации в организации.
17. Барьеры в межличностных коммуникациях.
18. Основные этапы коммуникаций. Виды коммуникаций.
19. Жизненный цикл организации. Особенности прохождения этапов жизненного цикла организации.
20. Управленческие технологии оценки среды организации.
21. Сущность и основные типы организационных структур.
22. Особенности бюрократических организационных структур.
23. Особенности адаптивных организационных структур.
24. Понятие, цели и методы организационного проектирования.
25. Реструктуризация: понятие, сущность. Внешние и внутренние причины реструктуризации.
26. Реинжиниринг.
27. Виды частичной реструктуризации.
28. Американский и японский менеджмент (сравнительный анализ).
29. Стили руководства.
30. Организационная культура и ее роль в развитии организации.
31. Имидж и профессиональная этика современного руководителя.
32. Современный менеджер как лидер, авторитет и начальник.
33. Использование инструментов тайм-менеджмента в современной организации.
34. Специфика управления формальными и неформальными группами.
35. Использование инструментов риск-менеджмента в современной организации.

Темы рефератов

1. Основные подходы к рассмотрению сущности управления.
2. Организация как основной объект управления.
3. Виды организаций.
4. Основные законы и принципы управления.
5. Основные школы управления.
6. Сущность основных научных подходов к управлению.
7. Основные современные тенденции в менеджменте.
8. Принципы и этапы планирования.
9. Специфика бизнес-планов.
10. Централизация и децентрализация управления. Делегирование полномочий.
11. Неденежные формы мотивации и условия их эффективного применения.
12. Сущность и содержание функции контроля.
13. Понятие и классификация управленческих решений.
14. Факторы, влияющие на принятие управленческих решений.
15. Методы принятия управленческих решения.
16. Роль функции коммуникации в организации.
17. Барьеры в межличностных коммуникациях.
18. Основные этапы коммуникаций. Виды коммуникаций.
19. Жизненный цикл организации. Особенности прохождения этапов жизненного цикла организации.
20. Управленческие технологии оценки среды организации.

21. Сущность и основные типы организационных структур.
22. Особенности бюрократических организационных структур.
23. Особенности адаптивных организационных структур.
24. Понятие, цели и методы организационного проектирования.
25. Реструктуризация: понятие, сущность. Внешние и внутренние причины реструктуризации.
26. Реинжиниринг.
27. Виды частичной реструктуризации.
28. Американский и японский менеджмент (сравнительный анализ).
29. Стили руководства.
30. Организационная культура и ее роль в развитии организации.
31. Имидж и профессиональная этика современного руководителя.
32. Современный менеджер как лидер, авторитет и начальник.
33. Использование инструментов тайм-менеджмента в современной организации.
34. Специфика управления формальными и неформальными группами.
35. Использование инструментов риск-менеджмента в современной организации.

Примеры кейсов

Ситуация 1.

Вы поручаете выполнение задания своему подчиненному, зная, что только он может хорошо его выполнить. Но вдруг вы узнаете, что тот перепоручил задание другому лицу, в результате чего задание к сроку не было выполнено.

Вы вызываете к себе в кабинет обоих и говорите: _____

Ситуация 2.

Руководитель дает подчиненному задание приобрести оборудование определенной марки. Подчиненный пытается объяснить, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой причине. Но руководитель приводит внешне весомые аргументы в пользу своего решения.

Через некоторое время мнение подчиненного подтверждается, и оборудование приходится демонтировать. Руководитель вызывает к себе подчиненного, чтобы выяснить причину неудачи.

Что вы ответите на месте подчиненного?

Ситуация 3.

Вы направляете двоих подчиненных в совместную командировку. Один из работников приходит к вам и наотрез отказывается от поездки, мотивируя свой отказ плохими межличностными отношениями с коллегой. Какое управленческое решение вы должны принять в этом случае? Почему?

Ситуация 4.

Директор хлебопекарни закупил новое современное оборудование и решил сразу же заменить им старое. Однако уже в первый день работы начались поломки нового оборудования, а для его ремонта пришлось искать специалистов вне организации. За неделю такой работы предприятие понесло значительные убытки.

1. Какие ошибки допустил руководитель, принимая данное управленческое решение?
2. Какие факторы внешней и внутренней среды ему следовало рассмотреть?
3. Предложите свой алгоритм процесса принятия данного управленческого решения.

Критерии оценки работы студентов над решением кейса

Оценка	Критерии оценивания
Оценка 5 (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 4 (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 3 (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 2 (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.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489310> (дата обращения: 25.08.2021).
2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488680> (дата обращения: 25.08.2021).
3. Менеджмент. Практикум : учебное пособие для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489686> (дата обращения: 25.08.2021).

7.2. Дополнительная литература

1. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. —

384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04625-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492480> (дата обращения: 25.08.2021).

2. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04627-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492481> (дата обращения: 25.08.2021)

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Класные доски и т.д.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально

содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к экзамену

1. Экономические основы управления. Представление о менеджменте как управлении соединенными факторами производства.
2. Содержание понятия «менеджмент». Жесткое и мягкое управление, их соответствие двум типам хозяйственных механизмов.
3. Фазы развития производства и управленческие ориентиры.
4. Школа научного управления Ф. Тейлора.
5. Развитие системы Тейлора его последователями.
6. Бюрократическая школа управления М. Вебера.
7. Административная школа управления А. Файоля.
8. Школа человеческих отношений.
9. Поведенческий подход к управлению.
10. Системный подход к управлению.
11. Ситуационный подход к управлению.
12. Процессный подход к управлению.
13. Количественный подход к управлению.
14. Парадокс Сатчмо.
15. Основы групповой динамики.
16. Категории менеджмента. Субъекты менеджмента.
17. Объекты и виды менеджмента.
18. Принципы менеджмента.
19. Методы менеджмента.
20. Менеджмент и предпринимательство.
21. Менеджмент и маркетинг.
22. Цели, целеполагание. Иерархия целей.
23. Управление по целям.
24. Классификация целей управления. Характеристика SMART целей: конкретность, измеримость, достижимость, реалистичность, определенный период времени.

25. Миссия организации. Основные компоненты миссии: перспектива, предназначение, ценности, базовые цели и ключевые показатели.
26. Стратегические цели организации.
27. Функции менеджмента: общие представления. Управление как единый процесс.
28. Функция организации.
29. Американская, японская и маркетинговая модели менеджмента.
30. Функция планирования.
31. Планирование дня по методу «Альпы».
32. Функция контроля.
33. Технология управления «Менеджмент одной минуты».
34. Эволюция взглядов на мотивацию.
35. Иерархия (пирамида) потребностей А. Маслоу.
36. Концепция ERG Альдерфера.
37. Теория потребностей МакКлелланда.
38. Двухфакторная теория Ф. Герцберга.
39. Теория ожиданий В. Врума.
40. Теория справедливости С. Адамса.

4.1. Тестовый контроль

1. Менеджмент - это

- а) искусство
- б) наука
- в) искусство и наука

2. Для любого бизнесмена определяющим признаком является то, что он

- а) является собственником ценных бумаг
- б) работает ради получения прибыли
- в) руководит коммерческим предприятием
- г) берет на себя личную ответственность за совершение сделок
- д) имеет самостоятельность в ведении хозяйственных операций.

3. Рутинные технологии требуют усиления операционного контроля:

- а) нет
- б) да

4. SWOT-анализ предусматривает выявление и подробное рассмотрение (выберите несколько):

- а) конкурентных преимуществ
- б) сильных сторон фирмы
- в) благоприятных возможностей для бизнеса
- г) слабых сторон организации
- д) угроз для бизнеса

5. Преимуществами функциональной структуры управления являются (выберите несколько):

- а) возможность углубленной деловой и профессиональной специализации персонала
- б) ясность в распределении полномочий и ответственности
- в) хорошие условия для внедрения внутриорганизационного хозрасчета
- г) возможность адекватного учета региональных условий бизнеса
- д) создание условий для децентрализации в структуре управления.

6. Процесс принятия решений начинается с:

- а) формулировки миссии предприятия

- б) постановки управленческих целей
- в) выявления проблемы
- г) определения лица, ответственного за принятие решений

7. Функции стратегического управления президента фирмы не подлежат делегированию:

- а) да
- б) нет

8. При формировании организационной структуры соблюдение принципа единоначалия является обязательным:

- а) да
- б) нет

9. Суть делегирования состоит:

- а) в установление приоритетов
- б) передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена
- в) передаче ответственности на более низкий уровень управления
- г) в доверии к своим подчиненным

10. Основной характеристикой организации как открытой системы является:

- а) обмен ресурсами с внешней средой
- б) сильное лидерство
- в) способность адаптировать методы ведения бизнеса к изменяющимся условиям внешнего окружения
- г) правильный подбор персонала

11. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- а) удовлетворенность партнеров по коммуникации
- б) доброжелательная атмосфера общения
- в) желание сторон продолжать коммуникации
- г) близость смысла принятого сообщения к смыслу посланного сообщения
- д) точность формулировок.

12. Избегание является оптимальным способом управления конфликтом:

- а) да
- б) нет

13. Руководитель исследовательской организации опирается преимущественно на следующие формы власти

(расставьте источники в порядке приоритетности: 1 – высший приоритет, 5 – низший приоритет):

- а) харизма
- б) власть, основанная на вознаграждении
- в) власть, основанная на принуждении
- г) экспертная власть.
- д) эталонная власть

14. Корпоративная культура основана:

- а) на принятых в обществе формах поведения
- б) на правилах, определяемых руководством организации
- в) разделяемых большинством членов организации убеждениях и ценностях г) особенностях производства
- д) на законодательстве.

15. К компетенции службы персонала относятся функции (выберите несколько)?

- а) распределение властных полномочий
- б) обучение персонала
- в) определение потребностей в повышении квалификации персонала
- г) изменение организационной структуры (ВОЗМОЖНО)

д) управление конфликтами в организации.

16. В наибольшей степени зависят от национальной культуры следующие концепции менеджмента (выберите несколько):

- а) трудовая мотивация
- б) системный подход к организации
- в) подбор персонала
- г) отношение к власти
- д) стиль лидерства.

17. Преимуществами матричной структуры управления являются (выберите несколько):

- а) упрощение управленческих коммуникаций
- б) гибкость и адаптивность
- в) усиление управленческой вертикали
- г) улучшение использования интеллектуальных ресурсов
- д) межфункциональная интеграция деятельности

18. Качество продукции или услуг определяется:

- а) стандартами, принятыми в отрасли
- б) высшим менеджментом организации
- в) экономичностью организационной структуры
- г) ценой продукции или услуг
- д) реакцией потребителей.

19. Одна из важнейших функций корпоративной культуры - это:

- а) укрепление дисциплины
- б) формирование благоприятного психологического климата в организации
- в) поддержание социальной стабильности в организации
- г) правильное распределение вознаграждений
- д) создание благоприятного имиджа компании.

20. Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:

- а) неправильной последовательности действий
- б) консервативности людей
- в) внешних обстоятельств
- г) недостатка ресурсов для осуществления изменений

Содержание экзамена

1. Устно ответить на два вопроса в билете.
2. Решить тестовые задания (10 заданий)

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного

курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценки «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

С.А. Дукарт

_____ / _____
подпись

Рабочая программа дисциплины согласована:

Декан ГФ

О.С. Жаркова

подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от ____ . ____ . 2021 года.

Заведующий кафедрой

М.А. Макиенко

подпись

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Название дисциплины»

по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки «Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Название дисциплины» является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Название дисциплины» входит в Блок 1, обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору. Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Название дисциплины», «Название дисциплины»...

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НОУ ВО «ТИБ»
С.Л. Красинский
« 12 » 05 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СТАТИСТИКА»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация	бакалавр
Учебный план набора	2022
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «*Статистика*» состоит в овладении студентами статистической методологией и ее применением при исследовании социально-экономических процессов, протекающих на предприятиях, на уровне видов экономической деятельности и в национальной экономике в целом.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «*Статистика*» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- изучение категорий и понятий статистики, методов организации сбора, обработки данных статистического наблюдения;
- анализ данных с помощью обобщающих показателей (абсолютных, относительных, средних величин);
- изучение методов статистического моделирования и прогнозирования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «*Статистика*» относится к дисциплинам обязательной части Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениям компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин:

Дисциплина «*Статистика*» является предшествующей для следующих дисциплин: «Математическое моделирование в экономике», «Социально-экономическая статистика» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.2. Применяет аналитический инструментарий для решения типовых экономических, организационных или управленческих задач	Основы принятия управленческих решений	осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач	методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач
2	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-2.3. Дифференцирует и обрабатывает статистическую информацию и делает на ее основе обоснованные выводы	инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей	осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы	современными методами обработки статистической информации
			ОПК-2.4. Рассчитывает экономические и социально-экономические показатели	инструментальные средства для расчета экономических и статистических показателей в соответствии с поставленной задачей	осуществлять выбор инструментальных средств для расчета экономических и статистических показателей в соответствии с поставленной задачей	
3	ПК-1	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	ПК-1.3. Применяет технологии проведения социологических и маркетинговых исследований, методы экономической диагностики финансовых услуг	Технологии проведения социологических, маркетинговых исследований, методы экономической диагностики финансовых услуг	Осуществлять выбор необходимых методов и технологий для диагностики финансовых услуг	Технологиями проведения социологических, маркетинговых исследований, методами экономической диагностики финансовых услуг

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО), ЗО Всего часов	
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)			
В том числе:			
Лекции (Л)	24	4	
Практические занятия (ПЗ)	36	6	
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего) (СРС)	84	134	
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Контрольная работа			
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))	экзамен 2 семестр	экзамен 2 семестр	
Общая трудоемкость	час	144	144
	зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)	4	

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Статистическое наблюдение, сводка и группировка статистических материалов	6	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
2.	Абсолютные и относительные статистические величины	6	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
3.	Средние величины и показатели вариации. Анализ динамики социально-экономических явлений	6	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
4.	Экономические индексы	6	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
	Итого	24	4	

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Предмет, методы и основные категории статистики как науки	7	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
2.	Статистическое наблюдение, сводка и группировка статистических материалов	7	2	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
3.	Абсолютные и относительные статистические величины	7	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
4.	Средние величины и показатели вариации. Анализ динамики социально-экономических явлений	7	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
5.	Экономические индексы	8	1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
	Итого	36	6	

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Основные категории статистики как науки	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	10	16	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
2.	Статистическое наблюдение, сводка и группировка статистических материалов	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	11	16	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
3.	Техника статистической обработки и формы представления информации. Статистические таблицы и графики	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	11	16	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
4.	Абсолютные и относительные статистические величины	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	10	17	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
5.	Средние величины и показатели вариации	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	11	17	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
6.	Анализ динамики социально-экономических явлений	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	10	17	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
7.	Экономические индексы	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	10	17	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
8.	Анализ взаимосвязей социально-экономических явлений	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	11	18	Доклад, сообщение	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1
	Итого		84	134		

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины <i>(дидактические единицы)</i>
1	Основные категории статистики как науки	Теоретическая основа статистики. Основные разделы статистической науки, их взаимосвязь. Задачи статистики. Современная организация статистики в Российской Федерации. Международные статистические организации.
2	Статистическое наблюдение, сводка и группировка статистических материалов	Статистическое наблюдение. Этапы статистического исследования. Виды статистического наблюдения. Классификация видов статистического наблюдения. Сплошное и несплошное наблюдение. Способы наблюдения, их особенности. Программно-методологические вопросы наблюдения. Программа наблюдения. Ошибки наблюдения, их классификация. Виды статистической отчетности. Задачи и роль сводки и группировки в статистическом исследовании. Программа и план сводки. Организация и техника сводки. Задачи и виды группировок. Типологические, структурные и аналитические группировки. Аналитическое значение группировок. Методология группировок.
3	Техника статистической обработки и формы представления информации. Статистические таблицы и графики	Статистические таблицы и их элементы. Виды статистических таблиц по характеру подлежащего. Виды статистических таблиц по разработке показателей сказуемого. Правила построения статистических таблиц. Понятие о статистическом графике. Классификация видов графиков. Диаграммы сравнения. Структурные диаграммы. Диаграммы динамики. Статистические карты
4	Абсолютные и относительные статистические величины	Абсолютные статистические величины и их особенности, типы единиц измерения. Относительные статистические величины. Формы выражения относительных величин, их выбор. Виды относительных величин, их назначение и методы расчета.
5	Средние величины и показатели вариации	Средние величины как обобщающие статистические показатели. Правила и условия применения средних величин. Виды средних величин. Структурные средние величины. Мода и медиана, квартили, децили, процентиля, их экономический смысл, сфера применения и методы расчета. Практика применения структурных средних величин. Вариация, дисперсия, среднее линейное и

		среднее квадратическое отклонение, линейный коэффициент вариации, коэффициенты вариации, осцилляции и детерминации.
6	Анализ динамики социально-экономических явлений	Динамика. Показатель времени. Моментный ряд динамики. Интервальный ряд динамики. Показатели динамики. Стохастическая и функциональная связь, методы приведения параллельных рядов, балансовый, индексный, корреляционно-регрессионный методы, непараметрические коэффициенты, коэффициенты корреляции, детерминации, эластичности, параметры уравнения регрессии, эмпирическое корреляционное отношение.
7	Экономические индексы	Индексы индивидуальные, общие, индексируемая величина, вес, база сравнения, индексы количественных, качественных показателей, взаимосвязанных явлений, средний арифметический и средний гармонический индексы, базисные и цепные индексы с постоянными и переменными весами.
8	Анализ взаимосвязей социально-экономических явлений	Понятие, виды и формы взаимосвязи между явлениями. Основные приемы и методы изучения взаимосвязей. Корреляционно-регрессионный анализ. Непараметрические методы изучения связи.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Используемые образовательные технологии						
		Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-коммуникационные	Инновационные методы
1	Основные категории статистики как науки	+				+		
2	Статистическое наблюдение, сводка и группировка статистических материалов		+			+		
3	Техника статистической обработки и формы	+				+		

	представления информации. Статистические таблицы и графики							
4	Абсолютные и относительные статистические величины	+				+		
5	Средние величины и показатели вариации	+	+			+		+
6	Анализ динамики социально-экономических явлений	+				+	+	
7	Экономические индексы	+			+	+	+	
8	Анализ взаимосвязей социально-экономических явлений	+				+		

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «Статистика» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;
- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;
- решать задачи;
- готовиться к деловым играм.

Тематика рефератов

1. Регистровая форма наблюдения, ее специфика и достоинства;
2. Комбинационные и многомерные группировки данных;
3. Биноминальное распределение, его свойства и области применения;
4. Распределение Парето его свойства и области применения;
5. Распределение Пирсона его свойства и области применения;
6. Распределение Пуассона его свойства и области применения;
7. Статистическая проверка гипотез;
8. Принятие решений на основе уравнения регрессии;
9. Природа и типология ошибок статистических показателей;
10. Контроль достоверности статистических показателей, обнаружение и устранение их ошибок;
11. Метод статистических сравнений (методология и процедуры);
12. Порядковые статистики и выборочное оценивание;
13. Порядковые статистики и выборочное оценивание;
14. Оценка параметров уравнений тренда и экстраполяция трендов;
15. Регрессионные методы прогнозирования;
16. Простейшие модели адаптивного прогнозирования и их св-ва;
17. Введение в статистические методы распознавания образов;
18. Введение в моделирование динамики экономических процессов;
19. Статистический анализ и прогнозирование периодических колебаний;
20. Прогнозирование с помощью моделей авторегрессии;

Примеры задач:

№1

Вид жилых домов	Введено в эксплуатацию, тыс. кв. м.	
	Прошлый год	Отчетный год

Кирпичные	5000	5100
Панельные	2800	2500
Коттеджи	200	800

Определить динамику ввода в эксплуатацию жилой площади по каждому виду жилых домов и в целом по региону. Сформулировать вывод.

№2

Распределение автомобилей автотранспортного предприятия по величине суточного пробега за 25 сентября следующее:

Суточный пробег автомобиля, км	До 160	160-180	180-200	200 и более
Число автомобилей	12	36	28	25

Определить средний суточный пробег одного автомобиля.

№3

Имеются данные о распределении продовольственных магазинов региона по размеру товарооборота за месяц:

Группы магазинов по товарообороту, млн.руб.	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100	100-110	110-120	120-130	130-140
Число магазинов	2	4	7	10	15	20	22	11	6	3

Вычислить моду, медиану.

№4

Имеются данные о распределении продовольственных магазинов региона по размеру товарооборота за месяц:

Группы магазинов по товарообороту, млн.руб.	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100	100-110	110-120	120-130	130-140
Число магазинов	2	4	7	10	15	20	22	11	6	3

Вычислить дисперсию и коэффициент вариации.

№5

По фирме имеются следующие данные о выпуске продукции за год:

№ фирмы	Фактический выпуск продукции, млн. руб.	Процент выполнения плана
1	29,4	105,0
2	42,6	100,0
3	24,0	96,0

Определить процент выполнения плана выпуска продукции в целом по фирме.

№6

Определить среднюю долю брака за год по следующим данным:

Наименование продукции	Доля брака, %	Стоимость всей продукции, тыс. руб.
А	1,5	900

Б	2,0	1200
В	0,8	4000
Г	3,0	2700

№7

Имеются данные о прибыли банков по трем городам:

Город	Число банков	Прибыль, млн. руб.
А	8	5, 6, 7, 2, 10, 9, 11, 14
Б	5	13, 13, 17, 6, 19
В	11	5, 8, 9, 3, 10 4, 7, 11, 9, 9, 14

Определить групповые дисперсии, межгрупповую, общую.

№8

Расход топлива на производственные нужды предприятия характеризуется в отчетном периоде следующими данными:

Вид топлива	Единица измерения	Расход	
		по плану	фактически
Мазут	Т	500	520
Уголь	Т	320	300
Газ природный	Тыс. м. куб.	650	690

Средние коэффициенты перевода в условное топливо: мазут – 1,37 т, уголь – 0,9 т, газ – 1,2 тыс. м. куб. Определить: 1) общее потребление условного топлива по плану и фактически; 2) процент выполнения плана по общему расходу топлива.

№9

Имеются следующие данные о результатах обследования рабочих предприятия по размеру месячной заработной платы:

Группы рабочих по возрасту, лет	Число рабочих	Дисперсия заработной платы
До 20	100	300
20-30	120	400
30 и старше	150	500

Общая дисперсия заработной платы в обследованной совокупности рабочих составила 450. Определить, в какой степени вариации заработной платы рабочих предприятия зависит от возраста.

№10

Распределение рабочих участка по стажу работы следующее:

Стаж работы, лет	До 5 лет	5-10	10-15	15 и более
Количество работников	2	6	15	7

Определить средний стаж работы рабочих участка.

№11

По плану объем продукции в отчетном году должен возрасти против прошлого года на 2,5%. План выпуска продукции перевыполнен на 3,0%. Определить фактический выпуск продукции в отчетном году, если известно, что объем продукции в прошлом году составил 25300 тыс. руб.

№12

По двум цехам имеются данные о распределении рабочих по уровню месячной заработной платы за апрель:

Месячная заработная плата	Число рабочих	
	Цех №1	Цех №2
1000-1200	32	17
1200-1400	36	40
1400-1600	150	220
1600-1800	70	110
1800-2000	32	83

Определить в каком цехе и на сколько процентов была выше средняя заработная плата рабочих.

№13

По комбинату имеются следующие данные о выпуске продукции:

Наименование продукции	Стоимость продукции в фиксированных ценах, млн. руб.		Процент выполнения плана по выпуску продукции
	по плану	фактически	
Сталь	440	452	97,0 104,0
Прокат	500		
Профили стальные		208	

Проставить в таблице недостающие данные.

№14

Цехом произведены бракованные детали в трех партиях: в первой – 90 шт., что составило 3% от общего числа деталей; во второй – 140 шт., или 2,8%; в третьей – 160 шт., или 2,0%. Определить средний процент бракованных деталей.

№15

В прошлом году объем грузооборота по грузовому автотранспортному предприятию составил 210,0 млн. т-км. Планом текущего года было довести объем грузооборота до 220,5 млн. т-км; фактический объем грузооборота в текущем году составил 229,32 млн. т-км.

Определить: 1) относительную величину планового задания по росту грузооборота; 2) относительную величину динамики грузооборота; 3) относительную величину выполнения плана по грузообороту.

№16

По металлургическому заводу имеются следующие данные об экспорте продукции:

Вид продукции	Стоимость всей реализованной продукции, тыс. руб.	Удельный вес продукции на экспорт, %
Чугун	68200	35,5
Прокат	75100	22,8

Определить средний удельный вес продукции на экспорт.

№17

По автотранспортному предприятию за два года имеются данные о численности рабочих:

Показатель	Прошлый год	Отчетный год
Среднесписочная численность рабочих	1092	1251
В том числе:		

- водители	780	900
- ремонтно-вспомогательные рабочие	312	351

С помощью относительных величин координации охарактеризовать изменения в соотношениях численности водителей и ремонтно-вспомогательных рабочих.

№18

Планом предусмотрено снижение затрат на один рубль товарной продукции на 4,0%, фактически по сравнению с прошлым годом затраты возросли на 1,8%. Определить, на сколько процентов фактические затраты на один рубль товарной продукции отличаются от плановых.

№19

Имеются данные о прибыли предприятий по трем районам:

Город	Число банков	Прибыль, млн. руб.
А	6	6, 9, 14, 17, 18, 11
Б	12	3, 6, 4, 9, 8, 5, 12, 14, 9, 9, 7, 6
В	9	15, 7, 11, 16, 9, 13, 7, 17, 10

Определить групповые дисперсии, межгрупповую, общую. Проверить по правилу сложения дисперсий.

№20

По плану отчетного года уровень годовой производительности труда работников должен возрасти против прошлого года на 3,0%. План по уровню производительности труда перевыполнен на 2,0%. Определить фактический уровень производительности труда, если известно, что в прошлом году уровень годовой производительности труда составил 170 тыс. руб.

№21

Имеются следующие данные о заработной плате по трем районам:

Район	Средняя заработная плата одного работника, руб.		Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	
	март	апрель	март	апрель
1	1300	1370	11	12
2	1260	1295	8	7
3	1370	1420	13	15

Определить сводные индексы: а) среднемесячной заработной платы одного работника; б) числа работников; в) фонда оплаты труда.

№22

Имеются следующие данные о заработной плате по трем районам:

Район	Средняя заработная плата одного работника, руб.		Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	
	март	апрель	март	апрель
1	1300	1370	11	12
2	1260	1295	8	7
3	1370	1420	13	15

Определить индекс переменного постоянного состава и структурных сдвигов. Показать взаимосвязь индексов. Пояснить экономический смысл.

№23

Имеются следующие данные о реализации продукции:

Вид продукции	Выручка от реализации во втором полугодии, млн. руб.	Изменение цены во втором полугодии по отношению к первому, %.
А	2,25	+12
Б	1,20	Без изменения

По имеющимся данным определить среднее изменение цен на всю реализованную продукцию. Сделать вывод.

№24

Имеются следующие данные о заработной плате по трем районам:

ДСК	Построено жилья, тыс. м. кв.		Себестоимость 1 м. кв. тыс. руб.	
	1999	2000	1999	2000
1	82	100	11	12
2	167	189	8	7
3	134	155	13	15

Определить сводные индексы: а) себестоимости; б) физического объема построенного жилья; в) издержек производства. Определить абсолютные изменения индексов. Пояснить экономический смысл расчетов.

№25

Трудовые затраты и производительность труда на мебельном предприятии характеризуется следующими данными:

Вид мебели	Общие затраты времени, тыс. чел-ч.		Индивидуальные индексы производительности труда
	май	июнь	
кухонная	19,2	19,0	1,02
мягкая	9,5	9,5	1,01

Определить среднее изменение трудоемкости.

№26

По следующим данным определить среднее изменение себестоимости продукции по предприятию:

Вид продукции	Произведено в текущем периоде, тыс. руб.	Изменение себестоимости в текущем периоде по сравнению с предыдущим, %
Кирпич строительный	183,3	+8,3
Блоки фундаментные	27,9	-4,7

Сделать вывод.

№ 27

Имеются следующие данные о себестоимости и объеме производства кирпича на трех заводах:

Заводы	Выработано, тыс. шт.		Себестоимость 1 шт., руб.	
	1998	1999	1998	1999
1	8,1	10,4	3,7	4,0
2	9,2	11,7	5,4	4,9
3	7,5	12,2	2,5	4,7

Определить сводные индексы: а) себестоимости; б) физического объема производства кирпича; в) издержек производства. Определить абсолютные изменения индексов. Пояснить экономический смысл расчетов.

№28

Имеются следующие данные о реализации молочных продуктов на городском рынке:

Продукт	Товарооборот в ноябре, тыс. руб.	Изменение цены в декабре по сравнению с ноябрем, %
Молоко	9,7	+2,1
Сметана	4,5	-3,5

Определить среднее изменение цен на всю продукцию. Сделать вывод.

№29

Имеются следующие данные о себестоимости и объеме производства кирпича на трех заводах:

Заводы	Выработано, тыс. шт.		Себестоимость 1 шт., руб.	
	1998	1999	1998	1999
1	8,1	10,4	3,7	4,0
2	9,2	11,7	5,4	4,9
3	7,5	12,2	2,5	4,7

Определить индекс переменного постоянного состава и структурных сдвигов. Показать взаимосвязь индексов. Пояснить экономический смысл.

№30

По промышленному предприятию имеются следующие данные:

Изделие	Общие затраты на производство в отчетном году, млн. руб.	Изменение себестоимости в отчетном году по сравнению с базисным, %
Миксер	1200	+0,6
Чайник	1480	-0,4

Определить среднее изменение себестоимости. Сделать вывод.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. Дудин, М. Н. Статистика : учебник и практикум для вузов / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников, М. Л. Лезина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8908-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470169> (дата обращения: 18.03.2021).
2. Долгова, В. Н. Статистика : учебник и практикум / В. Н. Долгова, Т. Ю. Медведева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 626 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2946-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426131> (дата обращения: 18.03.2021).
3. Статистика : учебник для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; ответственный редактор И. И. Елисеева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 572 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10130-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475471> (дата обращения: 18.03.2021).

7.2. Дополнительная литература

1. Статистика. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. С. Мхитарян, Т. Н. Агапова, С. Д. Ильенкова, А. Е. Суринов ; под редакцией В. С. Мхитаряна. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09357-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475171> (дата обращения: 07.07.2021).
2. Статистика. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / И. И. Елисеева [и др.] ; под редакцией И. И. Елисеевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3688-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425262> (дата обращения: 07.07.2021).
3. Яковлев, В. Б. Статистика. Расчеты в Microsoft Excel : учебное пособие для вузов / В. Б. Яковлев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01672-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471895> (дата обращения: 07.07.2021).

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Классные доски и т.д.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы
на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ,

ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к экзамену

1. Предмет, метод статистики. Ее задачи на современном этапе.
2. Стат. совокупность. Системный подход к ее изучению.
3. Место статистики в системе экономических наук.
4. Организация статистики в РФ, СНГ, международные статистические организации.
5. Виды и формы статистического наблюдения.
6. Статистическое наблюдение как первая стадия статистического исследования.
7. Цель, объект, единица и программа стат. наблюдения.
8. Критический момент наблюдения и его значение.
9. Виды сплошного наблюдения.
10. Ошибки стат. наблюдения. Их устранение.
11. Сводка и группировка. Понятие и виды. Роль в анализе.
12. Виды статистических таблиц.
13. Стат. таблицы, их элементы, правила построения и чтения.
14. Ряд распределения, его графическое изображение.
15. Статистические графики.
16. Понятие и виды стат. показателей.
17. Понятие, виды средних величин.
18. Средние величины. Принципы их применения.
19. Структурные средние, их использование в статистике.
20. Взаимосвязь абсолютных и относительных величин, их комплексное использование.
21. Виды относительных величин.
22. Показатели асимметрии и эксцесса.
23. Показатели вариации количественного признака.
24. Виды дисперсий. Правило сложения дисперсий.

25. Понятие выборочного наблюдения. Способы отбора единиц в выборочную совокупность.
26. Определение необходимой численности выборки.
27. Виды и способы отбора.
28. Ошибки выборочного наблюдения.
29. Малая выборка.
30. Виды рядов динамики. Правила их построения.
31. Показатели анализа рядов динамики.
32. Аналитическое выравнивание динамических рядов.
33. Анализ уровней и темпов развития экономических явлений.
34. Анализ сезонных колебаний.
35. Экстрополяция и интерполяция динамических рядов.
36. Индексы, их сущность. Виды индексов.
37. Агрегатный индекс как основная форма сводного индекса.
38. Индексный анализ взвешенной средней.
39. Индексы цепные и базисные, с постоянными и переменными весами.
40. Взаимосвязи индексов и их комплексное использование.
41. Индексы цен и объема продукции.
42. Индексы производительности труда.
43. Показатели тесноты связи в корреляционном анализе.
44. Основные понятия корреляционного и регрессионного анализа.
45. Уравнение регрессии: его смысл, способ расчета.

4.1. Тестовый контроль

1. Объект статистического наблюдения — это
 - а) единица наблюдения;
 - б) статистическая совокупность;
 - в) единица статистической совокупности;
 - г) отчетная единица.
2. Субъект, от которого поступают данные в ходе статистического наблюдения, называется:
 - а) единица наблюдения;
 - б) единица статистической совокупности;
 - в) отчетная единица.
3. Перечень признаков (или вопросов), подлежащих регистрации в процессе наблюдения, называется:
 - а) статистический формуляр;
 - б) программа наблюдения;
 - в) инструментарий наблюдения.
4. Срок наблюдения - это
 - а) время, в течение которого происходит заполнение статистических формуляров;
 - б) конкретный день года, час дня, по состоянию на который должна быть проведена регистрация признаков по каждой единице исследуемой совокупности.
5. Статистическая отчетность - это
 - а) вид статистического наблюдения;
 - б) способ статистического наблюдения;
 - в) форма статистического наблюдения.
6. Метод основного массива - это
 - а) вид статистического наблюдения;
 - б) способ статистического наблюдения;
 - в) форма статистического наблюдения.
7. Перепись населения России (2010 г) — это
 - а) единовременное, специально организованное, сплошное наблюдение;
 - б) периодическое, специально организованное, сплошное наблюдение;
 - в) периодическое, регистрационное, сплошное наблюдение;
 - г) единовременное, регистрационное, сплошное наблюдение;
 - д) периодическое, специально организованное, несплошное наблюдение;

- е) единовременное, специально организованное, выборочное наблюдение;
 - ж) периодическое, регистрационное, выборочное наблюдение.
8. Расхождение между расчетными значениями и действительным значением изучаемых величин называется:
- а) ошибкой наблюдения;
 - б) ошибкой регистрации;
 - в) ошибкой репрезентативности.
9. Группировка, в которой происходит разбиение однородной совокупности на группы, называется:
- а) типологической группировкой;
 - б) структурной группировкой;
 - в) аналитической группировкой.
10. По технике выполнения статистическая сводка делится на:
- а) простую и сложную;
 - б) централизованную и децентрализованную;
 - в) механизированную и ручную.
11. Основанием группировки может быть:
- а) качественный признак;
 - б) количественный признак;
 - в) как качественный, так и количественный признак.
12. Статистическая таблица представляет собой:
- а) форму наиболее рационального изложения результатов статистического наблюдения;
 - б) сведения о чем-нибудь, расположенные по строкам и графам;
 - в) числовые характеристики, размещенные в колонках таблицы.
13. К статистической таблице можно отнести:
- а) таблицу умножения;
 - б) опросный лист социологического обследования;
 - в) таблицу, характеризующую численность населения по полу и возрасту.
14. Сказуемым статистической таблицы является:
- а) исследуемый объект;
 - б) показатели, характеризующие исследуемый объект;
 - в) сведения, расположенные в верхних заголовках таблицы.
15. Объем совокупности — это:
- а) сумма всех значений осредняемого признака по совокупности;
 - б) общее число единиц в совокупности.
16. В каких случаях взвешенные и невзвешенные средние равны между собой?
- а) при отсутствии весов;
 - б) при равенстве весов;
 - в) при отсутствии или равенстве весов.
17. Интервалы группировки могут быть...
- а. фиксированными
 - б. открытыми
 - в. связанными
 - г. закрытыми
18. Если веса осредняемого показателя выражены в промилле, чему будет равен знаменатель при расчете средней арифметической?
- а) 100;
 - б) 1000;
 - в) 10000.
19. Изменится ли средняя величина, если все веса уменьшить на некоторую постоянную величину?
- а) изменится;
 - б) не изменится.
20. Вариация — это:
- а) изменение массовых явлений во времени;
 - б) изменение структуры статистической совокупности в пространстве;
 - в) изменение значений признака во времени и в пространстве;

- г) изменение состава совокупности.
21. Какой из показателей вариации характеризует абсолютный размер колеблемости признака около средней величины?
- а) коэффициент вариации;
 - б) дисперсия;
 - в) размах вариации;
 - г) среднее квадратическое отклонение.
22. Что характеризует коэффициент вариации?
- а) диапазон вариации признака;
 - б) степень вариации признака;
 - в) тесноту связи между признаками;
 - г) пределы колеблемости признака.
23. Отклонение выборочных характеристик от соответствующих характеристик генеральной совокупности, возникающее вследствие нарушения принципа случайности отбора, называется:
- а) систематической ошибкой репрезентативности;
 - б) случайной ошибкой репрезентативности.
24. Ряд динамики, характеризует:
- а) структуру совокупности по какому-либо признаку;
 - б) изменение характеристики совокупности в пространстве;
 - в) изменение характеристики совокупности во времени.
25. Уровень ряда динамики - это:
- а) определенное значение варьирующего признака в совокупности;
 - б) величина показателя на определенную дату или момент времени;
 - в) величина показателя за определенный период времени.
26. Средний уровень интервального ряда динамики определяется как:
- а) средняя арифметическая;
 - б) средняя гармоническая;
 - в) средняя хронологическая.
27. Средний уровень моментного ряда исчисляется как средняя арифметическая взвешенная при:
- а) равноотстоящих уровнях между датами;
 - б) неравноотстоящих уровнях между датами.
28. Средний уровень моментного ряда исчисляется как средняя хронологическая при:
- а) равноотстоящих уровнях между датами;
 - б) неравноотстоящих уровнях между датами.
29. Если сравниваются смежные уровни ряда динамики, показатели называются:
- а) ценными;
 - б) базисными.
30. Если все уровни ряда динамики сравниваются с одним и тем же уровнем, показатели называются:
- а) ценными;
 - б) базисными.
31. Абсолютный прирост исчисляется как:
- а) отношение уровней;
 - б) разность уровней ряда.
32. Темп роста исчисляется как:
- а) отношение уровней ряда;
 - б) разность уровней ряда.
33. Основная тенденция представляет собой изменение ряда динамики:
- а) равномерно повторяющееся через определенные промежутки времени внутри ряда;
 - б) определяющее какое-то общее направление развития.
34. По направлению связи бывают:
- а) умеренные;
 - б) прямые;
 - в) прямолинейные.
35. Функциональной является связь:

- а) между двумя признаками;
б) при которой определенному значению факторного признака соответствует несколько значений результивного признака;
в) при которой определенному значению факторного признака соответствует одно значение результивного признака.
36. Анализ тесноты и направления связей двух признаков осуществляется на основе:
а) парного коэффициента корреляции;
б) частного коэффициента корреляции;
в) множественного коэффициента корреляции.
37. Оценка значимости уравнения регрессии осуществляется на основе:
а) коэффициента детерминации;
б) средней квадратической ошибки;
в) Р-критерия Фишера.
38. Коэффициент корреляции рангов Спирмена можно применять для оценки тесноты связи между:
а) количественными признаками;
б) качественными признаками, значения которых могут быть упорядочены;
в) любыми качественными признаками.
39. По способу формирования выборочной совокупности различают выборку
а) собственно-случайную
б) механическую
в) комбинированную
г) сложную
д) альтернативную
40. Преимущества выборочного наблюдения по сравнению со сплошным наблюдением:
а) более низкие материальные затраты
б) снижение трудовых затрат за счет уменьшения объема обработки первичной информации
в) возможность периодического проведения обследований

Содержание экзамена

1. Устно ответить на два вопроса в билете.
2. Решить тестовые задания (10 заданий)

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает

значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценки «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

О.М. Керб

подпись

Рабочая программа дисциплины согласована:

И.о. декана ГФ

О.С. Жаркова

подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от _____. _____. 2022 года.

Заведующий кафедрой

М.А. Макиенко

подпись

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Название дисциплины»

по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки «Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Название дисциплины» является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Название дисциплины» **входит в Блок 1**, **обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору.** Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Название дисциплины», «Название дисциплины»...

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НОУ ВО «ТИБ»
С.Л. Красинский
« 12 » 05 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация	бакалавр
Учебный план набора	2022
Форма обучения	очная, очно-заочная, заочная

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины «*Финансовый менеджмент*» состоит в овладении студентами статистической методологией и ее применением при исследовании социально-экономических процессов, протекающих на предприятиях, на уровне видов экономической деятельности и в национальной экономике в целом.

Для достижения указанной цели в процессе преподавания дисциплины «*Финансовый менеджмент*» и самостоятельного его изучения студентами решаются следующие основные задачи:

- изучение категорий и понятий статистики, методов организации сбора, обработки данных статистического наблюдения;
- анализ данных с помощью обобщающих показателей (абсолютных, относительных, средних величин);
- изучение методов статистического моделирования и прогнозирования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «*Финансовый менеджмент*» относится к дисциплинам обязательной части Блока Б1.

Требования к входным знаниям, умениями компетенциям студента формируются на основе следующих дисциплин:

Дисциплина «*Финансовый менеджмент*» является предшествующей для следующих дисциплин: «Управление проектами учет», «Организация и управление коммерческой деятельностью» и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Изучение дисциплины направленно на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой. Также ВУЗом установлены индикаторы, а также требования к знаниям, умениям, навыкам, приобретаемым в результате изучения дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны		
				Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции						
1	ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной динамической среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1. Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию	Основы принятия управленческих решений	осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач	методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач
2	ПК-3	Способен использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач, проводит анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК - 3.2. Составляет рекомендации по финансовым сделкам в соответствии с действующими требованиями поставщиков финансовых услуг с учетом специфических рисков	Знает различные методы управления корпоративными финансами	Анализировать стратегические задачи организации, проводить анализ рыночных и специфических рисков	Методами принятия решений об инвестировании и финансировании с учетом рыночных и специфических рисков
3	ПК-7	Способен подготовить организационные и распорядительные документы, необходимые для создания новых предпринимательских услуг	ПК-7.3. Обосновывает количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимым для создания новых предпринимательских услуг	Нормативное, информационное, правовое основания для принятия управленческих решений	Собирать исходные данные, необходимые для составления экономических разделов планов расчеты	Навыками составления проектов бюджетов, бюджетных смет организаций, планов финансово-хозяйственной деятельности

4. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Очная форма обучения (ОО) Всего часов	Очно-заочная форма обучения (ОЗО) Всего часов	Заочная форма обучения (ЗО) Всего часов
Контактная работа по видам учебных занятий (всего)				
В том числе:				
Лекции (Л)		24	8	8
Практические занятия (ПЗ)		52	14	14
Лабораторные работы (ЛР)				
Самостоятельная работа (всего) (СРС)		140	194	194
В том числе:				
Курсовой проект (работа)		7 семестр	7 семестр	7 семестр
Контрольная работа				
<i>Другие виды самостоятельной работы (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>				
Вид промежуточной аттестации (зачет (З), зачет с оценкой (З/ОЦ), экзамен (Э))		Экзамен 7 семестр Зачет 6 семестр	Экзамен 7 семестр Зачет 6 семестр	Экзамен 7 семестр Зачет 6 семестр
Общая трудоемкость	216 час			
	6 зач. ед. (1 з.е. = 36 академических часов)			

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Лекционный курс

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Теоретические основы финансового менеджмента	2	0,5	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
2.	Финансовый анализ, планирование и контроль	2	0,5	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
3.	Управление активами	2	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
4.	Управление денежными потоками	2	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
5.	Управление капиталом	2	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
6.	Управление инвестициями	3	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
7.	Управление затратами и финансовыми результатами деятельности компании	3	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
8.	Управление финансовыми рисками в системе	3	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-

	финансового менеджмента			7
9.	Антикризисное финансовое управление	3	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
10.	Управление финансовой безопасностью	2		ОПК-3, ПК-3, ПК-7
	Итого	24	4	

4.2.2. Практические занятия:

№ п/п	Тема	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формируемые компетенции
1.	Теоретические основы финансового менеджмента	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
2.	Финансовый анализ, планирование и контроль	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
3.	Управление активами	5	2	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
4.	Управление денежными потоками	5	2	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
5.	Управление капиталом	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
6.	Управление инвестициями	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
7.	Управление затратами и финансовыми результатами деятельности компании	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
8.	Управление финансовыми рисками в системе финансового менеджмента	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
9.	Антикризисное финансовое управление	5	1	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
10.	Управление финансовой безопасностью	7	2	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
	Итого	52	14	

4.2.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Часы по ОО	Часы по ОЗО	Формы контроля	Формируемые компетенции
1.	Теоретические основы финансового менеджмента	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
2.	Финансовый анализ, планирование и контроль	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
3.	Управление активами	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
4.	Управление денежными потоками	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
5.	Управление капиталом	ЛИТ, ПС, ПК, ПР	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
6.	Управление инвестициями	ЛИТ, А	14	19	Кейс	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
7.	Управление затратами и финансовыми результатами деятельности компании	ЛИТ, Пс	14	19	Доклад, сообщение	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
8.	Управление финансовыми рисками в системе финансового менеджмента	ЛИТ, А	14	19	Кейс	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
9.	Антикризисное финансовое управление	ЛИТ, Тз	14	19	Кейс	ОПК-3, ПК-3, ПК-7

10	Управление финансовой безопасностью	ЛИТ, А	14	23	Кейс	ОПК-3, ПК-3, ПК-7
	Итого		140	194		

* Для указания вида СРС применяются условные обозначения:

Лит – работа с литературой;

ДР – выполнение письменной домашней работы;

А – анализ деловых ситуаций

Пс – подготовка к семинарскому занятию

Пк – Подготовка к контрольному занятию

Тз – творческие задания

Пр – практические работы и др.

4.3. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (тем) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины (дидактические единицы)
1	Теоретические основы финансового менеджмента	Финансовый менеджмент и его роль в системе управления. Цель, задачи и механизмы финансового менеджмента. Правовые аспекты функционирования современной организации.
2	Финансовый анализ, планирование и контроль	Анализ финансовой и управленческой отчетности. Методический инструментарий финансовый вычислений. Финансовое планирование и бюджетирование. Система внутреннего финансового контроля.
3	Управление активами	Общие основы управления активами фирмы. Анализ оборотных активов. Управление внеоборотными активами.
4	Управление денежными потоками	Основы управления денежными потоками организации. Анализ денежных потоков. Планирование и методы организации денежных потоков.
5	Управление капиталом	Основы управления капиталом компании. Анализ затрат на капитал. Управление стоимостью капитала компании. Долгосрочные источники финансирования и управление структурой капитала. Оценка и управление стоимостью компании.
6	Управление инвестициями	Экономическая сущность и классификация инвестиций. Основы управления инвестициями коммерческой организации. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Формы финансовых инвестиций и особенности управления ими. Оценка акций и облигаций. Дивидендная политика организации. Оценка производных социальных активов.
7	Управление затратами и финансовыми результатами деятельности компании.	Управление затратами. Управление операционной прибылью. Управление рентабельностью и финансовой устойчивостью компании.
8	Управление финансовыми рисками в системе финансового менеджмента	Классификация финансовых рисков в организации. Сущность и задачи управления финансовыми рисками. Методический инструментарий оценки финансовых рисков. Особенности интегральной оценки риска реальных инвестиционных проектов. Механизмы нейтрализации финансовых рисков.

9	Антикризисное финансовое управление	Сущность, особенности и задачи антикризисного финансового управления. Диагностика финансового кризиса компании. Финансовое управление процессами стабилизации, реорганизации, ликвидации фирмы.
10	Управление финансовой безопасностью	Понятие финансовой безопасностью коммерческой организации. Сущность и задачи управления финансовой безопасностью организации. Использование современных финансовых инструментов.

1. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Используемые образовательные технологии						
		Традиционные	Проблемного обучения	Игровые технологии	Проектного обучения	Интерактивные	Информационно-коммуникационные	Инновационные методы
1	Теоретические основы финансового менеджмента	+				+		
2	Финансовый анализ, планирование и контроль	+	+			+		
3	Управление активами		+					
4	Управление денежными потоками	+			+			
5	Управление капиталом	+	+	+				+
6	Управление инвестициями	+	+			+	+	+
7	Управление затратами и финансовыми результатами деятельности компании	+	+		+	+	+	
8	Управление финансовыми рисками в системе финансового менеджмента	+	+			+		
9	Антикризисное финансовое управление	+	+		+			+
10	Управление финансовой безопасностью		+		+			+

2. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины «Финансовый менеджмент» студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- готовить доклады и сообщения к практическим занятиям;
- составлять терминологические словари в своей области с использованием электронных ресурсов;

- решать задачи;
- готовиться к деловым играм.

Тематика рефератов

1. Основные прогнозно-аналитические методы и приемы, используемые в финансовом менеджменте
2. Финансовые инструменты и их применение.
3. Факторинг как операция по инкассированию дебиторской задолженности.
4. Организация финансовой деятельности на предприятии.
5. Управление финансами разных форм собственности предприятий.
6. Учет векселей при кредитовании деятельности.
7. Трастовые операции и их организация.
8. Прогнозирование финансового состояния предприятия.
9. Обеспечение ликвидности и платежеспособности предприятия.
10. Оценка финансового состояния предприятия и определение рациональной структуры баланса.
11. Организация управления денежным потоком на предприятии.
12. Совершенствование планирования и управления оборотным капиталом предприятия
13. Характеристика типов и подходов дивидендной политики предприятия.
14. Финансовый механизм управления формированием операционной прибыли

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

7.1. Основная литература

1. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03375-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489484> (дата обращения: 25.08.2021).
2. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03726-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488925> (дата обращения: 28.08.2021).
3. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03727-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492680> (дата обращения: 28.08.2021).

7.2. Дополнительная литература

1. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; под редакцией А. З. Бобылевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 508 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14707-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490818> (дата обращения: 28.08.2021).
2. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; под редакцией А. З. Бобылевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14718-6. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490819> (дата обращения: 28.08.2021).

7.3. Электронные ресурсы

7.3.1. Ресурсы электронно-библиотечных систем

1. Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

7.3.2. Ресурсы систем информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература: учебники, журналы, учебные пособия, справочники, словари, литература по специальности.

Информационные материалы к аудиовизуальным средствам обучения (аудиозаписи, видеозаписи, кинофильмы).

Специальное оборудование: компьютерные классы с выходом в сеть Интернет; аудитории с видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звукопроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Дидактические материалы.

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Технические средства обучения: компьютеры, локальные сети, внешние информационные системы.

Класные доски и т.д.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах взаимного влияния людей в деятельности и общении. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поэтому необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае

недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов. Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся семинарские занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи семинара, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы, задачи, для решения на семинаре, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к семинару.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника обсуждения вопросов семинара;

При проведении семинарских занятий особое внимание уделяется заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых категорий.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам семинарских занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к семинарам, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, выступлений и рефератов к семинарам

При подготовке к докладу на семинаре по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету (экзамену).

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет (экзамен).

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов пропорционально содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки: на слайды помещается фактический и иллюстративный материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Обычный слайд, без эффектов анимации, должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда.

Слайд с анимациями в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшей цветовой гаммой для презентации являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств по дисциплине для проведения промежуточной аттестации, а также текущего контроля обучающихся разрабатывается в виде отдельного приложения к рабочей программе дисциплины, утверждается и обновляется в установленном порядке вместе с рабочей программой и является ее обязательной и неотъемлемой частью. Структура данного приложения и его порядок составления регламентируется отдельным Положением о Фонде оценочных средств.

11.1. Примерные контрольные задания (вопросы) для промежуточной аттестации

Примерные перечень вопросов к экзамену

1. Финансы: понятие, сущность. Функции финансов
2. Финансовые ресурсы
3. Финансовая система РФ
4. Роль финансов в расширенном воспроизводстве
5. Сущность финансового менеджмента в условиях рыночной экономики
6. Система информационного обеспечения финансового менеджмента
7. Базовые понятия финансового менеджмента
8. Финансовый менеджмент: структура разделов и их взаимосвязь
9. Концептуальные основы финансового менеджмента
10. Финансовые инструменты: виды, оценка, отражение в отчетности
11. Основные принципы и последовательность анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта
12. Система показателей оценки финансового состояния фирмы: эволюция, тенденции, современное состояние
13. Финансовое планирование и методы прогнозирования
14. Ливеридж и его роль в управлении финансами фирмы
15. Портфельные инвестиции и риск
16. Оборотные средства: сущность, виды, оценка
17. Показатели оборачиваемости и их роль в анализе
18. Управление денежными средствами и их эквивалентами
19. Инвестиционный проект: сущность, виды, оценка
20. Метод расчета чистой дисконтированной стоимости (NPV)
21. Метод расчета индекса рентабельности инвестиции (PI)
22. Метод расчета внутренней нормы прибыли (IRR)
23. Метод расчета срока окупаемости инвестиции (PP)
24. Сравнительная характеристика описанных методов
25. Сравнительный анализ проектов различной продолжительности
26. Источники средств предприятия и их стоимость
27. Капитал: сущность, оценка
28. Управление долгосрочными источниками финансирования
29. Дивидендная политика
30. Методы оценки запасов и их влияние на финансовые результаты
31. Инфляция и гиперинфляция: сущность, оценка
32. Управление дебиторской задолженностью в условиях инфляции
33. Методы прогнозирования возможного банкротства предприятия
34. Традиционные и современные способы краткосрочного финансирования
35. Политика предприятия в области оборотного капитала

36. Оптимизация запасов
37. Управление дебиторской задолженностью (кредитная политика)
38. Управление денежными средствами и их эквивалентами
39. Бюджет предприятия: структура и принципы составления
40. Анализ и планирование движения денежных средств

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Теоретические основы финансового менеджмента.
2. Содержание финансового менеджмента и его место в системе управления организацией
3. Цель и задачи финансового менеджмента
4. Функции финансового менеджмента
5. Базовые концепции финансового менеджмента
6. Концепции, определяющие тактические задачи
7. Концепции оценки финансовых инструментов инвестирования
8. Концепции достижения информационной эффективности рынка
9. Основные прогнозно-аналитические методы и приемы, используемые в финансовом менеджменте
10. Финансовые инструменты и их применение.
11. Приемы финансового менеджмента
12. Приёмы, направленные на перевод денежных средств.
13. Приёмы, направленные на перемещение капитала для его прироста.
14. Приёмы, носящие спекулятивный характер.
15. Приёмы, направленные на сохранение способности капитала приносить высокий доход.
16. Применение приемов финансового менеджмента на предприятии
17. Кредитование текущей деятельности предприятия.
18. Операции, направленные на сохранение капитала предприятия.
19. Арбитражные операции предприятия на валютном рынке.
20. Форфетирование как форма кредитования предприятия
21. Факторинг как операция по инкассированию дебиторской задолженности
22. Основы управления финансами предприятия. Финансовая диагностика предприятия.
23. Сущность управления финансами.
24. Механизм управления финансами предприятия.
25. Финансовая диагностика предприятия.
26. Организация эффективного управления финансами
27. Значимость эффективного управления финансами.
28. Система и принципы эффективного управления.
29. Организация финансовой деятельности на предприятии.
30. Управление финансами разных форм собственности предприятий.
31. Методика анализа финансового состояния предприятия.
32. Общая оценка финансового состояния;
33. Структурный анализ активов и пассивов организации;
34. Анализ финансовой устойчивости;
35. Анализ ликвидности и платёжеспособности;
36. Диагностика вероятности банкротства.
37. Анализ и пути улучшения финансового состояния предприятия
38. Анализ ликвидности (платежеспособности) предприятия
39. Анализ деловой активности предприятия
40. Анализ устойчивости предприятия
41. Прогнозирование финансового состояния предприятия.
42. Финансовое планирование и прогнозирование.
43. Анализ ликвидности и платёжеспособности баланса

44. Финансовое состояние предприятия

Содержание экзамена / зачета

1. Устно ответить на два вопроса в билете.

11.2. Показатели, критерии и шкала оценивания

Критерии оценивания:

- правильность ответов на все вопросы
- сочетание полноты и лаконичности ответа
- наличие практических навыков по дисциплине (решение задач, заданий)
- сформированность компетенций
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе
- знание основных проблем дисциплины
- логика и аргументированность изложения
- культура ответа

Описание шкалы оценивания

Критерии оценки знаний студентов при проведении зачета.

В качестве критерия оценки знаний студентов выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответов студентов на экзамене.

Оценка «отлично» выставляется, если студент при ответе на вопросы билета: показал глубокие, исчерпывающие знания программного материала в рамках вопросов билета; продемонстрировал твердые, глубокие знания основных дисциплин направления, логически отразившиеся в последовательных, содержательных, полных, правильных и конкретных ответах; проявил свободное владение содержательным материалом дисциплины, навыками использования понятийного аппарата.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент, проявил твердые, достаточные знания программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы; показал умение свободного устранения замечаний и недочетов по отдельным вопросам. Оценки «хорошо» заслуживает студент, показавший системный характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обнаружено твердое знание и понимание основных вопросов программы; конкретные, без грубых ошибок ответы на вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора. Вместе с тем, при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» – выставляется в том случае если, при ответе обнаруживается незнание выпускником основного содержания теоретического материала, неспособность ответить на дополнительные и наводящие вопросы экзаменатора.

Описание шкалы оценивания уровня овладения студентами компетенций на этапе зачета (экзамена) с использованием теста по учебной дисциплине.

Оценка		Характеристика ответа студента (количество правильных ответов)
Отлично	Зачтено	90 - 100 % правильных ответов
Хорошо		70 – 89 %
Удовл.		60 – 69 %
Неудовл.	Не зачтено	59 %

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954.

Рабочую программу дисциплины составил:

В.М. Кац

подпись

Рабочая программа дисциплины согласована:

Декан ГФ

О.С. Жаркова

подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,

протокол № ____ от _____. _____. 2021 года.

Заведующий кафедрой

М.А. Макиенко

подпись

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Название дисциплины»

по направлению подготовки шифр «Название направления, профиль подготовки «Название профиля подготовки».

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Название дисциплины» является.....

Задачами дисциплины являются:

-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Название дисциплины» **входит в Блок 1**, **обязательная часть/часть, формируемая участниками образовательных отношений/ дисциплины по выбору.** Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Название дисциплины», «Название дисциплины»...

3. Планируемые результаты обучения студентов, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

(прописываются компетенции и их индикаторы)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетные единицы.

5. Краткое содержание дисциплины

6. Форма промежуточного контроля:

Изучение дисциплины заканчивается